

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГАОУ ВПО «Российский государственный  
профессионально-педагогический университет»  
Учреждение Российской академии образования  
«Уральское отделение»

**В. И. Пачиков**

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
В РОССИИ КАК ЕДИНСТВО  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ  
И ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ**

**Монография**

Екатеринбург  
РГППУ  
2011

УДК 334.01  
ББК У290(2Рос)-01  
П 21

**Пачиков В. И.**

**П21**      **Предпринимательская деятельность в России как единство социально-экономических условий и психолого-педагогических факторов: монография / В. И. Пачиков; под ред. Л. П. Пачиковой. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2011. 152 с. ISBN 978-5-8050-0428-6**

В монографии представлен новый подход к рассмотрению феномена предпринимательства и предпринимательской деятельности на основе синтеза экономических и педагогических знаний как единства социально-экономических условий и психолого-педагогических факторов.

Книга адресована студентам образовательных учреждений высшего и среднего профессионального образования, интересующимся проблемами развития предпринимательства, а также формирования качеств личности предпринимателя и его Я-концепции.

УДК 334.01  
ББК У290(2Рос)-01

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор А. Н. Се-мин (ФГОУ ВПО «Уральская государственная сельскохозяйственная академия»); доктор педагогических наук, профессор Л. Д. Старикова (ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»)

ISBN 978-5-8050-0428-6

© ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2011

© Пачиков В. И., 2011

## Оглавление

|   |    |
|---|----|
| Введение.....   | 5  |
| Глава 1. Содержание и характерные особенности предпринима-<br>тельской деятельности .....   | 8  |
| 1.1. Экономическая сущность предпринимательства.....  | 8  |
| 1.2. Мотивация предпринимательской деятельности .....   | 18 |
| 1.3. Условия развития предпринимательской деятельности.....   | 23 |
| Глава 2. Малый бизнес, его функциональное назначение в ры-<br>ночной экономике.....   | 26 |
| 2.1. Развитие малого бизнеса .....  | 26 |
| 2.2. Критерии определения параметров малых предприятий .....  | 32 |
| 2.3. Типология организационных структур малого бизнеса .....  | 38 |
| 2.4. Инфраструктура малого бизнеса в России.....  | 45 |
| Глава 3. Предпринимательская деятельность в России: история-<br>ческий аспект.....  | 49 |
| 3.1. Предпринимательская деятельность в дореволюционной<br>России.....  | 49 |
| 3.2. Предпринимательство в период новой экономической по-<br>литики.....  | 74 |
| 3.3. Возрождение кооперативного предпринимательства в Со-<br>ветском Союзе .....  | 78 |
| 3.4. Развитие предпринимательства в условиях малого бизне-<br>са России в конце XX – начале XXI в.....  | 85 |
| Глава 4. Нравственно-религиозные, историко-географические, пси-<br>холого-педагогические условия формирования предпринима-<br>тельских качеств личности ..... | 89 |
| 4.1. Нравственно-религиозные и историко-географические фак-<br>торы формирования и развития предпринимательских качеств<br>личности.....                      | 89 |
| 4.2. Психолого-педагогические условия формирования пред-<br>принимательских качеств личности .....  | 94 |
| 4.3. Профессиональная Я-концепция потенциальных пред-<br>принимателей .....   | 99 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.4. Пути формирования профессиональных качеств личности и Я-концепции будущего предпринимателя .....           | 106 |
| Заключение .....  | 112 |
| Библиографический список .....  | 115 |
| Приложение 1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» ..... | 121 |
| Приложение 2. Краткий терминологический словарь к главам 1–3 .....  | 144 |
| Приложение 3. Краткий терминологический словарь к главе 4 .....   | 147 |



## **Введение**

Функционирование российской, как и любой другой, экономики в рыночных условиях неизбежно связано со становлением и развитием предпринимательства. Так что, говоря об экономике вообще и о рыночной экономике в частности, неизбежно приходится концентрировать внимание на предпринимательстве как неотъемлемой составной части экономической деятельности. Основной характеристикой современной экономики должно быть активное формирование и развитие рыночных отношений и институтов. Ключевую роль в этом процессе неизбежно играет предпринимательская деятельность. Как показывает мировой опыт, чем больше возможностей для расширения своей деятельности у класса предпринимателей, тем выше темпы развития национальной экономики. В этих условиях весьма значимым фактором является обеспечение благоприятных условий развития предпринимательской деятельности в стране.

Однако в процессе реформирования общества в условиях экономики России рыночные рычаги из способа наиболее полного удовлетворения материальных и творческих потребностей человека превращаются в свою противоположность, в орудие сдерживания частной инициативы. Старые же методы ведения хозяйства в новых условиях (постановка целей, жесткое распределение финансовых потоков, тотальный контроль за исполнением, иерархическое наделение правами и обязанностями и т. д.) не способствуют созданию благоприятного предпринимательского климата и пространства, базирующихся на предпринимательской свободе творчества, готовности к разумному риску, самостоятельному выбору альтернативы, информированности, предпринимательской культуре и т. д.

Другой важной сдерживающей причиной развития предпринимательства является непроработанность научно обоснованной концепции развития предпринимательской деятельности. Теоретически осмыслив природу предпринимательства, достоверно определив его социальные, экономические и психологические параметры, их роль в социально-политической и экономической самоорганизации общества, можно говорить об эффективном включении в действие позитивных факторов реальной рыночной экономики.

Глубокое осмысление проблем предпринимательства, выработка научной концепции его развития в России исключают метод проб и ошибок, который чреват значительными невосполнимыми потерями в области материального производства, в сфере услуг, снижением предпринимательской активности населения страны. Наличие инновационных программно-технологических основ становления, функционирования и развития предпринимательской деятельности поможет не только избежать подобных потерь, но и ускорить темпы реформ, придать им гуманистическую направленность.

Предпринимательство в Российском государстве имеет давние и богатые традиции. Предпринимательская деятельность в дореформенное и пореформенное время находит отражение в многочисленных научных социально-политических и экономических исследованиях тех лет. Мелкотоварное производство привлекало пристальное внимание экономистов и обществоведов в предреволюционное десятилетие и в период НЭПа. Новая экономическая политика в Советском государстве действовала непродолжительное время. Поэтому отечественная научная мысль оказалась теоретически и методологически не готовой к адекватному отражению кардинальных социально-экономических перемен, которые начали осуществляться в ходе реформирования общества. В последние годы познание закономерностей развития предпринимательской деятельности осуществляется по нескольким направлениям: активно переводятся классические исследования западных социологов и экономистов, анализирующих предпринимательскую деятельность; становятся востребованными и переиздаются труды российских ученых-рыночников, незаслуженно выведенные из научного оборота (Н. Д. Кондратьев, А. В. Чаянов и др.); происходит переход в рамках изучения западного опыта предпринимательской деятельности с критических позиций на конструктивные.

Развитие предпринимательской деятельности во многом способствует поддержанию конкурентного тонуса в экономике, создает естественную социальную опору общественному устройству, организованному на началах рынка, а также формирует новый социальный слой предпринимателей. Но даже в настоящее время предпринимательство в России, несмотря на его очевидное значение для экономической системы, развивается замедленно и противоречиво, что обуславливает необходимость серьезной государственной политики, ко-

торая должна быть направлена не на административно-директивное регулирование бизнеса, а на создание необходимой рыночной инфраструктуры, системы государственной и общественной поддержки его развития. Опыт ведущих стран современного мира со всей очевидностью доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного предпринимательского сектора, так как именно он является тем локомотивом, который буквально тащит за собой экономическое и социальное развитие.

Необходимо также отметить, что предпринимательство целесообразно рассматривать не только как всякую инициативную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли, что явно упрощает изучаемый феномен, но и как социально-экономическое явление, включающее в себе широкий спектр общественных отношений.

По своей экономической природе предпринимательская деятельность представляет собой диалектическое единство двух сторон: общеэкономического содержания и специфической социальной формы, т. е. предпринимательство можно рассматривать, с одной стороны, как самостоятельную систематическую инновационную деятельность, направленную на достижение определенного экономического результата, а с другой – как уникальный человеческий ресурс, определяемый наличием таланта, гаммы индивидуальных способностей, а также социально-экономических условий, в которых данный ресурс адекватно применим.

# **Глава 1. СОДЕРЖАНИЕ И ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

---

## **1.1. Экономическая сущность предпринимательства**

Как социально-экономическое явление предпринимательская деятельность включает в себя широкий спектр общественных отношений. Здесь присутствуют, в частности, психологические, юридические, исторические моменты. Однако своими корнями предпринимательская деятельность уходит в экономические условия жизнедеятельности человека. Без их тщательного анализа невозможно выявить генетические свойства данного явления. По своей экономической природе предпринимательская деятельность представляет собой диалектическое единство двух сторон: общеэкономического содержания и специфической социальной формы.

Действующие в России нормативно-правовые акты довольно широко трактуют понятие предпринимательской деятельности, признавая таковой всякую инициативную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли, что явно упрощает изучаемое явление. Не вдаваясь в глубокий анализ, сразу можно заметить, что, во-первых, не различаются понятия «предприниматель» и «собственник», а во-вторых, целью предпринимательской деятельности и соответственно ее характерным признаком считается лишь получение прибыли.

Результатом такого методологически поверхностного подхода является отождествление категорий «предприниматель» и «капиталист», а предпринимательская деятельность воспринимается как деятельность капиталиста, собственника ради получения прибыли. Поскольку в концептуальном плане понятие предпринимательства остается невыясненным, категориально «размытым», то на практике это приводит к неконкретности нормативных актов, неоднозначному их толкованию, смешению терминов «предприниматель», «бизнесмен», «менеджер» и т. п.

В экономическую науку понятие «предприниматель» впервые ввел французский экономист Р. Кантильон в XVIII в. Он рассматри-

вал предпринимательскую деятельность как экономическую функцию особого рода, состоящую в приведении предложения в соответствие со спросом на различных товарных рынках, где отдельными участниками рыночных отношений товары покупаются дешевле и продаются дороже. В его понимании предприниматель является совершенно особым субъектом в системе экономических отношений, способным предвидеть хозяйственную ситуацию, брать на себя полную ответственность за принимаемые решения в обстоятельствах, связанных с риском. Р. Кантильон обратил внимание на то, что преуспевающие предприниматели не обязательно являются собственниками функционирующего капитала. В этот период понятие «предприниматель» часто ассоциировалось с понятием «собственник».

В частности, А. Смит характеризовал предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск для реализации какой-либо коммерческой идеи и получения прибыли [60]. Исходя из этого цель предпринимательской деятельности трактовалась им как получение предпринимательского дохода. Такое понимание категорий предпринимательской деятельности было исторически оправданно, так как основной формой функционирующей собственности в то время была малая и средняя фирма, в которой капитал воспроизводился, как правило, хозяином средств производства. Позднее, когда в реальной хозяйственной жизни произошло отделение капитала-функции от капитала-собственности, значение понятия «предприниматель» перестало совпадать со значением понятия «собственник».

К. Маркс сформулировал идею о разделении капитала как собственности и как функции, хотя она не нашла затем достойного отражения в марксизме. Это можно объяснить приверженностью определенной традиции отождествления предпринимателя с капиталистом, предпринимательского дохода – с доходом на капитал. Поскольку для К. Маркса главными были теория эксплуатации труда капиталом и вытекающее из нее объяснение дохода на капитал, в его теории предприниматель как носитель предпринимательской функции остался за «скобками» [37]. Между тем предпринимательская функция как таковая (в отличие от собственности на капитал и функции управления бизнесом) играет важную самостоятельную роль в рыночной экономике.

Представления о предпринимательстве расширил французский экономист Ж. Б. Сэй, который охарактеризовал его как многофунк-

циональную деятельность, где действует лицо, которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт [64]. Уже из этого краткого и емкого определения видно, что Ж. Б. Сэй считал предпринимателя центральной фигурой производства, к его функциям относил соединение и координацию факторов производства (труда и капитала). При этом Ж. Б. Сэй подчеркивал творческий характер этих функций, их отличие от повседневных стандартных операций по управлению производством. Он функционально разграничил роль предпринимателя и управляющего. В отличие от К. Маркса и представителей классической школы политической экономии основную функцию предпринимателя Ж. Б. Сэй видел не в извлечении прибавочной стоимости, а в организации производства и управлении им в рамках обычной хозяйственной деятельности [64].

Особенность общеэкономического содержания предпринимательства как деятельности состоит в том, что в нем заключены различные стороны хозяйственной деятельности. Предпринимательская деятельность предстает перед нами как экономическая категория: метод хозяйствования, тип экономического мышления. Каждая из этих составляющих обладает качественными особенностями. Исходным пунктом исследования предпринимательских отношений является установление их субъектов и объектов.

Субъектами предпринимательства могут быть различные участники экономической деятельности. Прежде всего, это отдельные индивидуумы (частные лица). Они выступают в этом качестве преимущественно посредством организации единоличного производства (семейного предприятия). Такой предприниматель в своей деятельности ориентируется на собственные затраты труда либо предполагает использование наемного труда. В последнем случае он становится нанимателем (работодателем).

Предпринимательская деятельность может осуществляться также группой людей, связанных между собой договорными обязательствами и экономическим интересом. Объединение партнеров позволяет решать задачи более крупного масштаба по сравнению с индивидуальным предпринимательством. Субъектами коллективного предпринимательства выступают различного рода ассоциации: акционерные общества, арендные коллективы, кооперативы, товарищества и т. д. Отдельные авторы, например Е. К. Торкановский, к субъектам

предпринимательства относят государство в лице его соответствующих органов [65]. Исходя из общего подхода в рыночной экономике государство как таковое устанавливает правила организации бизнеса, следя за их соблюдением, при этом само субъектом предпринимательства не становится. Более того, сейчас в России, как и во многих других странах, предпринимательская деятельность государственных служащих законодательно запрещена. Следовательно, в дальнейшем мы будем рассматривать различные виды коллективного и частного предпринимательства.

В российской хозяйственной практике часто употребляется термин «трудовой коллектив». Следует отметить, что трудовой коллектив в целом не является субъектом предпринимательства, поскольку создается, как правило, для решения определенной производственной задачи, а не для того, чтобы заниматься бизнесом. Наряду с этим существенно и то, что в случае банкротства предприятия трудовой коллектив не может обеспечить полную ответственность своих членов в размере их личного имущества. При определенных условиях трудовой коллектив может приобрести качества субъекта предпринимательства. Это имеет место тогда, когда происходит преобразование обычного, традиционного трудового коллектива в новую организационную и юридическую форму – объединение партнеров. Так, коллектив государственного предприятия сам по себе не является субъектом предпринимательства, но если происходит процедура смены собственника, приватизация и на месте прежнего коллектива появляется новая юридически оформленная организация, то последняя становится субъектом коллективного предпринимательства.

Для оценки потенциальных возможностей предпринимательства и его прогнозирования немаловажное значение имеет разграничение номинальных и реальных субъектов предпринимательской деятельности. К первым относят тех, кто имеет право заниматься предпринимательской деятельностью. В странах с экономикой рыночного типа номинальным субъектом предпринимательской деятельности является каждый гражданин. Однако реализовать такую возможность могут далеко не все. Реальные субъекты предпринимательства – слой людей, которые имеют для этого необходимые предпосылки, прежде всего капитал, определенные личностные качества. Именно они формируют и развивают предпринимательский сектор экономики.

В рыночной экономике предприниматель как субъект хозяйственной деятельности играет очень важную роль. Западная экономическая теория рассматривает предпринимательскую деятельность как фактор производства наряду с землей, трудом и капиталом.

Предпринимательская деятельность реализуется через выполнение следующих функций:

- ресурсной, связанной с мобилизацией и соединением ресурсов: земли, труда и капитала (в настоящее время можно говорить о появлении в этом ряду принципиально нового вида ресурсов – информации);
- организаторской, обусловленной необходимостью принятия управленческих решений в процессе ведения бизнеса;
- новаторской (творческой), заключающейся в поиске и внедрении новых производственных технологий, новых товаров, услуг, новых форм организации бизнеса;
- эмпирической, связанной с умением рисковать. По своей природе хозяйственные решения в предпринимательской деятельности – вероятностные, в значительной степени подверженные воздействию случайности, а предприниматель несет личную ответственность за последствия принятых им решений и связанный с этим риск.

Именно с реализацией этих функций связана особая роль предпринимательства как структурного элемента рыночной экономики. Она состоит в обеспечении непрерывного развития и совершенствования экономической системы, в ее постоянном обновлении, создании инновационной среды, преобразующей традиционные устоявшиеся структуры.

Объектом предпринимательства, если оставаться в рамках наиболее общего подхода, является определенная деятельность.

В современной зарубежной экономической литературе существует несколько определений понятия «предпринимательство». Наиболее удачными представляются те определения, где рассматриваемое понятие трактуется как специфический фактор общественного производства, а предприниматель рассматривается как хозяйствующий субъект, ищущий новые, в том числе и нетрадиционные, сферы приложения капитала и воплощающий ранее неизвестные рыночные возможности в виде новых товаров, услуг, технологий и новаторских идей. Соответственно предпринимательство определяется как хозяйственная деятельность субъекта с особым типом экономического по-



ведения, сочетающим инновационную активность и готовность идти на риск. Так, американский экономист А. Мескон отмечает следующее: «...предприниматель – человек, который идет на риск при создании новой организации или при внедрении новой идеи, продукта или услуг» [40, с. 32]. Таким образом, здесь в качестве характерной определяющей черты предпринимательства на первый план выдвигается новаторство.

Чтобы выявить специфические особенности предпринимательской деятельности, необходимо сопоставить функции предпринимателя с функциями менеджера, бизнесмена, собственника и т. д. В экономической литературе, рассматривающей сферу управления бизнесом, выделяют обычно два типа профессионалов: предпринимателей и менеджеров. Ряд авторов (А. И. Агеев, Б. Карлоф) к отличительным чертам предпринимателя относят способность путем использования комбинации ординарных средств получать необычные результаты, т. е. в отличие от капиталиста-собственника предприниматель ориентирован не на владение ресурсами, а на их организацию и эффективное использование [4, 27].

В соотношении предпринимательства и менеджмента (кроме отличий в праве собственности) проявляется противоречие особого рода – между устойчивым функционированием и развитием предприятия, требующим постоянных новаций. Менеджеры – это высокопрофессиональные управленцы, отвечающие прежде всего за устойчивое функционирование производства, работающие в рамках налаженной управленческой иерархии. Предприниматели, действующие обычно в условиях неструктурированного окружения, выполняют функции более высокого уровня: создание предприятий и их реорганизация, выход за рамки устоявшегося порядка, инновационные поиски. Это можно сформулировать таким образом: инновации в действиях – наиболее отличительная черта предпринимательства.

По мнению зарубежных ученых, различия между предпринимателем и менеджером можно классифицировать по следующим направлениям:

1. Стратегическая ориентация. Предприниматель ориентирован на поиск новых возможностей при быстрой смене внешних условий, менеджер – на выполнение запланированной программы эффективного использования существующих ресурсов.

2. Реализация замысла. Предприниматель стремится действовать быстро, идет на риск, легко перестраивается на новый вид деятельности; менеджер, как правило, неохотно берется за новое дело.

3. Использование ресурсов. Предприниматель вводит новые ресурсы поэтапно, под очередной этап работ; менеджер получает фонды под работу предприятия в целом.

4. Форма привлечения ресурсов. Предприниматель широко использует любые формы временного привлечения ресурсов по мере надобности; менеджер заинтересован в накоплении, расширении фондов, избегает аренды.

5. Организационная структура. Предприниматель более ориентируется на горизонтальную организационную структуру и неформальные связи, менеджер – на сложившуюся организационную структуру иерархической природы с соблюдением четкого распределения полномочий и ответственности [72, 73].

Если следовать критерию функциональных особенностей, то бизнесменом следует считать субъекта, сочетающего обязанности собственника и менеджера. В западной экономической литературе преобладает точка зрения, в соответствии с которой лишь небольшая часть бизнесменов являются предпринимателями, поднимающими дело на качественно новый уровень. Именно на это обращает внимание Б. Карлоф: «Сущность предпринимательства не сводится к управлению бизнесом и владению капиталом, предпринимательство – это способность выявить возможности для ведения бизнеса и умение воспользоваться ими» [27, с. 3].

Результаты предпринимательства материализуются в производимой продукции (услугах), а также в соответствующем доходе. Величина последнего во многом зависит от того, как предприниматель учел всю совокупность определяющих факторов и организовал свою деятельность. Степень организации, в свою очередь, определяется характером комбинации различных ресурсов. На начальном этапе она необходима для оценки возможности заниматься бизнесом в определенной сфере. В дальнейшем осуществление новых комбинаций, по существу, становится главным делом предпринимателя. Согласно Й. Шумпетеру, к ним относятся изготовление нового блага или создание нового качества того или иного блага, внедрение нового метода производства, освоение нового рынка сбыта, получение нового источника

сырья или полуфабрикатов, проведение соответствующей реорганизации [71]. Постоянный поиск новых способов комбинации ресурсов отличает предпринимателя от обычного хозяйственника. Таким образом, объектом предпринимательства в реальной действительности является организация и осуществление комбинаций ресурсов.

Как метод ведения хозяйства предпринимательство имеет ряд признаков. К основным из них относятся самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов.

Это формирует такое поведение, которое обеспечивает действенность рыночного механизма, потому что предприниматель свободен в принятии решений, не запрещенных существующими правовыми нормами. Любой, кто имеет соответствующее желание и денежные средства, вправе организовать собственное дело (индивидуальное или коллективное), опирающееся на определенную форму собственности. Средства производства и рабочая сила приобретаются на рынке. Что, как и сколько производить, у кого покупать, кому и по какой цене продавать – все это предприниматель решает самостоятельно, исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры. Не исключается и работа по заказу, но размещаемому на добровольной основе. Независимость как исходный признак предпринимательства нельзя, однако, трактовать упрощенно. В экономике не существует абсолютной свободы. Полную самостоятельность предпринимателя следует понимать в том смысле, что над ним нет управляющей инстанции. Но предприниматель отнюдь не свободен от рынка, от его жестких требований.

С самостоятельностью неразрывно связан принцип экономической заинтересованности. В основе всякого предпринимательства лежит личный интерес – «получение барыша», но и в условиях рыночных отношений он реализуется лишь при признании этой деятельности обществом. Еще А. Смит справедливо отметил движущие мотивы предпринимателя: «Он имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует свою собственную выгоду, причем и в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным образом служит интересам общества» [60, с. 25]. Стремление к максимизации дохода является одним из движущих факторов предпринимательской деятельности. Во многом ради этого

и организуется дело, и расширяется его масштаб. Диалектика товарного производства такова, что хозяйствующий субъект, преследуя свои особые интересы, в то же время в конечном счете служит достижению общественных целей.

Понятия «хозяйственный риск» и «ответственность» неразрывно связаны друг с другом, но не тождественны. Риск предполагает неопределенность, непредсказуемость. При самых тщательных расчетах и прогнозах фактор непредсказуемости устранить невозможно. Риск не всегда поддается экономической оценке. Что касается ответственности, то она, как правило, конкретна, ее можно достаточно точно выразить в соответствующих показателях.

Предпринимательство немыслимо без новаторства, без творческого поиска. В условиях острой конкурентной борьбы нет оснований рассчитывать на то, что, ничего не меняя, можно сохранить и обеспечить рост доходов лишь за счет роста цен. Удержаться от разорения способен только тот, у кого высокое качество продукции и постоянно обновляется ассортимент, относительно низки издержки. Для этого приходится все время думать о новой технологии, совершенствовать организацию производства и сбыт. Способность к принятию нестандартных решений, к творческой оценке ситуации всегда ценилась в деловом мире.

В связи с этим условно выделяют две модели предпринимательского поведения: классическую и инновационную. Отличительная особенность первой состоит в том, что бизнесмен стремится организовать свою деятельность с расчетом на максимальную отдачу от имеющихся в его распоряжении ресурсов. Ресурсоориентированный тип предпринимательского поведения предполагает соотнесение решаемых задач с наличными ресурсами и предпочтение тех средств достижения цели, которые обеспечивают наибольшую эффективность использования ресурсов. Вторая модель предпринимательского поведения ориентирована не на ресурсы, а на возможности. Предприниматель может не иметь в достаточном количестве собственных ресурсов для достижения поставленной цели, поэтому он использует любые возможности для развития своего дела, привлекая собственные и внешние ресурсы, при этом отдает предпочтение наиболее выгодным вариантам.

Необходимость постоянного контроля за комбинациями условий производства держит предпринимателя в напряженном состоянии, и это напряжение он стремится передать всем участникам дела.

Характеристика экономической природы предпринимательской деятельности была бы неполной без учета личности предпринимателя, особенно его экономического мышления. Предпринимательский тип мышления отличается от привычного, устоявшегося и представляет собой совокупность оригинальных взглядов и подходов к принятию решений, которые реализуются в практической деятельности.

Предприимчивость – одна из особенностей индивидуума, проявляющаяся при осуществлении им любых видов деятельности, как отмечали Р. Стэйли, Б. Н. Ичитовкин и П. Бассети. Обобщая разные подходы к содержанию понятия «предприниматель», можно сказать, что в большинстве своем их авторы имеют сходную позицию, в соответствии с которой предприниматель – это человек, решивший осуществить какое-либо новое дело; предприимчивый человек – тот, кто способен к организации нового дела. Понятие «безрассудная предприимчивость» относится к субъектам, руководствующимся в своей деятельности не разумом, а страстями, стремящимся к риску как самоцели [7, 25, 63].

Конечно, такая трактовка понятия «предприниматель» с позиции современности слишком узка, но благодаря своей абстрактности она позволяет говорить о предприимчивости не только в хозяйственной сфере. С этой точки зрения субъекта, стремящегося к достижению каких-либо целей в любой сфере деятельности нетрадиционными способами, также можно считать предприимчивым, хотя мотивы его деятельности отличаются от мотивов, характерных для бизнеса. Отличительными чертами предпринимателя, по мнению ряда исследователей, являются склонность к творчеству, новаторский подход к делу, умение организовать совместные действия.

Таким образом, предприимчивость выступает одной из черт личности, способной достигать конкретных целей в хозяйственной или иных сферах общественной жизни за счет своей инициативы, находчивости, готовности рисковать и нести ответственность за результаты деятельности.

Следовательно, предприимчивость является социальным феноменом и реализуется в деле, которое, по сути, есть не что иное, как установление социальных связей между субъектами – обмен способностями, деятельностью, ее результатами. Предприимчивый человек как субъект общественной жизни – это интегратор и посредник, носитель

связующей социальной функции. В. С. Автономов, В. А. Рубе отмечают, что в понимании предпринимательской деятельности неразрывно связываются ее особые объективные экономические функции и субъективные личностные свойства субъекта предпринимательской деятельности [2, 54].

Иногда к признакам предпринимательства относят наличие прав собственности на средства производства. Но, как уже отмечалось выше, не всегда предприниматель является собственником. Еще в XIX в. произошло обособление капитала-собственности от капитала-функции. Процесс принятия решений все чаще переходил от владельца капитала к капиталисту-управляющему. Эта тенденция усилилась с возникновением акционерных обществ. На единоличных предприятиях сегодня, как и сотни лет назад, собственник одновременно является и предпринимателем. Но современная рыночная экономика преимущественно имеет корпоративный характер. Корпоративное предпринимательство характеризуется тем, что организационно-техническое руководство переходит от собственника к полномочному представителю – менеджеру. Следовательно, между предпринимателем и собственником нет жесткой связи. Наличие объектов собственности представляет собой не особый признак предпринимательства, а материализацию независимости, самостоятельности хозяйствующих субъектов.

## **1.2. Мотивация предпринимательской деятельности**

Можно ли считать коммерческий успех единственной целью предпринимательства? Не рассчитывая на доход, предприниматель за дело не примется. На начальных этапах предпринимательской деятельности стремление к максимизации прибыли является, как правило, основным, однако не могут не проследиваться и иные мотивы предпринимательства.

В отечественной экономической литературе сущность предпринимательства, характеристика предпринимателя как субъекта предпринимательской деятельности связываются в первую очередь с получением прибыли. Например, в «Экономическом словаре» Г. И. Либмана предприниматель определяется как лицо, организовавшее предприятие с целью получения прибыли [32]. И. В. Липсиц рассматривает предпринимательство как создание коммерческих фирм за счет собст-

венных или заемных денег ради производства товаров или оказания услуг и получения на этой основе дохода [33].

Вопрос о мотивации предпринимательской деятельности является неоднозначным и достаточно сложным. Например, Й. Шумпетер ранжирует основные мотивы предпринимательской деятельности в такой последовательности: потребность во власти, влиянии (которая находит воплощение в накоплении имущества), стремление к успеху, удовлетворение и радость творчества, которые дает самостоятельное ведение дел [71].

Сторонники психоаналитического направления в экономической психологии отводят главную роль в процессе выбора между работой по найму и созданием собственного дела подсознательной тенденции, в которой преобладает либо желание находиться в подчинении, выполнять работу по распоряжению сверху, принадлежать к группе, либо желание выполнять работу по своей инициативе. Американские психологи подчеркивают, что даже в самом затруднительном материальном положении индивид не вступает на путь предпринимательства не только потому, что боится риска, неопределенности, не имеет капитала и знаний, но и потому, что его психологический мир требует включенности в патронажно-клиентарные связи.

Исследования М. Маккоби показывают, что подсознательная тенденция экономической субъективности или бессубъектности имеет настолько сильное влияние на экономическое поведение, что ей подвержены не только рядовые работники, но и высококвалифицированные специалисты. Работая по найму, такие специалисты наряду с высоким профессионализмом обладают так называемой капризностью, т. е. они требуют самостоятельности, но одновременно ищут одобрения со стороны вышестоящего звена руководства.

Представитель французского психоанализа М. Кетс де Вриз, описывая процесс профессионального становления потенциального предпринимателя, анализирует противоположную тенденцию – экономическую субъективность, которая проявляется в сбоях любого рода групповой идентичности – профессиональной, организационной, социальной. Ученый подчеркивает, что предприниматель, который начинает свой собственный бизнес, в целом делает это потому, что ему трудно работать исполнителем, он «трудный работник», он не способен работать на других, подчиняться авторитетам и принимать

организационные роли [73]. Высокий уровень субъективного контроля потенциального предпринимателя проявляется в противодействии любому внешнему контролю. Потенциальный предприниматель не склонен считать себя лишь участником, а не субъектом экономической деятельности, он не может долгое время подчиняться формальным авторитетам в структуре организации, отождествлять себя с какой-либо группой или общностью. Не случайно исследователем отмечалось, что в момент ухода с предшествующей бизнесу работы все предприниматели имели высокий уровень неудовлетворенности работой в целом даже при высокой удовлетворенности оплатой своего труда. М. Кетс де Вриз полагает, что столь недифференцированная неудовлетворенность работой вызвана не реальными условиями труда или взаимоотношениями с коллегами и руководством, а личностными характеристиками потенциального предпринимателя – ценностями, мотивами, которые не позволяют ему работать в качестве наемного исполнителя [73].

Результаты исследований зарубежных социологов и экономистов показывают, что в условиях развитой рыночной экономики предприниматели видят в прибыли скорее условие существования своего бизнеса и символ успеха, а не основную цель своей деятельности. Разнообразие целей предпринимательской деятельности, сложное взаимодействие мотивов получения прибыли и личностных свойств людей предпринимательского типа, их экономического и организационного творчества во многом обуславливают динамизм рыночной экономики.

Можно сделать вывод, что современные взгляды на предпринимательскую деятельность позволяют трактовать ее не только как одну из сфер профессиональной деятельности, но и как определенный образ жизни. Как утверждает американский психолог Р. Хизрич, предприниматели могут быть обнаружены во всех профессиях, предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, что требует времени и усилий, включает финансовый, психологический, личный риск [72].

Поэтому развитие предпринимательской активности и становление потенциального предпринимателя должны рассматриваться не только с точки зрения приобретения профессиональных знаний, умений и навыков, но и с позиции выбора личностью индивидуального



жизненного пути и наличия соответствующих мотивационно-смысловых образований, включенных в субъективную модель экономического успеха.

К аналогичным выводам пришел и известный современный российский экономист С. Ю. Глазьев, рассмотревший в своей монографии условия формирования созидательных мотивов в поведении личности и роль человеческого фактора в инновационных процессах [20]. Мотивация экономического поведения субъекта в современном обществе отличается сложной иерархической структурой, ключевые положения в которой занимают так называемые смыслообразующие мотивы поведения. В них проявляется структура потребностей личности, которая, в свою очередь, задается ее системой ценностей. Эмпирические исследования позволили С. Ю. Глазьеву сделать вывод о том, что самоактуализация личности в общественном производстве невозможна без ее участия в управлении и целеполагании [20].

Таким образом, именно личность как система индивидуального социально-экономического функционирования конкретного человека является основным звеном в объяснении феномена предпринимательской деятельности.

Так, авторы теории целостной модели личности Д. Магнуссон и Б. Тористэд полагают, что в качестве системообразующего признака личностной системы в любых ее проявлениях может быть принята социально-нравственная, деятельно-творческая самореализация и самовосприятие. При этом деятельно-творческая самореализация представляет собой трансформацию социума через «дело», которое является, с одной стороны, интересом и потребностью, с другой – средством самореализации. Категория «богатство» в этой системе форм мотивации выражает материальное самоутверждение, которое может тесно сближаться и замещаться для предпринимателя деятельной самореализацией (делом). Социальное самоутверждение под воздействием ценностных ориентаций социокультурной сферы находится в неустойчивом равновесии категорий «власть» и «долг». Внешним условием действительности этих форм мотивации является реализация принципов экономической свободы: свободы выбора занятий, свободы владения и распоряжения собственностью, свободы конкуренции и т. д.

Рассмотренные стороны предпринимательской деятельности тесно связаны друг с другом, действуют одновременно. В обобщенном

виде можно дать такое определение: предпринимательство представляет собой инициативную, связанную с риском и ответственностью комплексную деятельность субъекта хозяйствования, осуществляющего новые комбинации ресурсов с целью реализации своих идей и достижения социально-экономического эффекта.

В данном определении внимание фиксируется на том общем, что свойственно предпринимательству в различных общественных устройствах.

По степени развития предпринимательство может быть совершенным или несовершенным.

Поскольку предпринимательская деятельность производна от рынка, она напрямую зависит от характера и масштаба рыночных отношений в обществе. Что касается ответственности предпринимателей, то для ее возникновения необходимы узаконенные «правила игры», которые должны обеспечивать благоприятные условия для предпринимательской деятельности.

Степень совершенства предпринимательской деятельности зависит от способа ее организации. Она может быть стихийной и организованной. Стихийное предпринимательство, или так называемый дикий рынок, развивается при отсутствии механизма государственного регулирования и саморегулирования этой сферы и типично для начальной стадии предпринимательских отношений. Неорганизованность, отсутствие порядка иногда рассматривают как один из признаков предпринимательства. В действительности же оно представляет собой определенную форму организации и не может без нее успешно развиваться. По уровню организационного начала в совместных действиях государства и предпринимателей можно судить о характере развития рыночных отношений.

В ряду признаков совершенства предпринимательства находится и его соответствие законодательству. Предпринимательская деятельность законна, если она ведется в соответствии с установленными государством правовыми нормами. В западных странах нет специальных законов о предпринимательстве. Оно регулируется конституцией, гражданским законодательством, другими законодательными актами, регламентирующими хозяйственную деятельность, порядок создания и функционирования акционерных обществ, компаний, иных хозяйственных организаций. В России в процессе экономических реформ

и перехода к рыночным отношениям были приняты законодательные акты, призванные устранить препятствия для осуществления предпринимательской деятельности. В процессе законодательного регулирования возникают две основные проблемы: степень совершенства законов и механизм их реализации. Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности» был важен уже тем, что предоставил всем гражданам равные права заниматься предпринимательской деятельностью и закрепил соответствующие гарантии. Однако серьезным изъяном этого закона была его несостыкованность с другими законами, что затруднило его практическую реализацию.

### **1.3. Условия развития предпринимательской деятельности**

Чтобы предпринимательская деятельность могла развиваться и имела цивилизованный характер, необходимы определенные условия. Социально-экономические предпосылки предпринимательской деятельности можно объединить в четыре основные группы: экономические, политические, психологические и юридические. Кратко остановимся на каждой из них.

1. Экономическая свобода предполагает наличие у хозяйствующего субъекта определенной совокупности прав, гарантирующих самостоятельное принятие решений по поиску и выбору вида, форм и сферы экономической деятельности, источников финансирования, рынков сбыта произведенного товара. Предприниматель должен быть экономически обособленным субъектом хозяйства.

2. Предпринимательство означает наличие прав собственности на средства производства, произведенный продукт и доход. Из этого не следует, что предприниматель обязательно должен быть полным юридическим собственником. Предпринимательская деятельность может осуществляться и субъектом, управляющим имуществом на правах хозяйственного ведения с установлением собственником пределов такого ведения. Разгосударствление собственности важно осуществлять одновременно с мерами по демополизации хозяйственной деятельности. Само по себе стремление к монополии, к особому положению всегда присуще предпринимательству. Монополист может диктовать условия, стремится навязать свою волю другим. Одна-

ко рынок не позволяет надолго закрепить такое положение. В рыночной экономике монополизм порождается нерегулируемой конкуренцией, а в плановой системе он вызван высокой степенью централизации хозяйственной жизни. В борьбе с монополизацией и создании условий для развития предпринимательства основную роль играет конкуренция. Хозяйствовать для предпринимателя означает конкурировать: организуя производство, он должен ориентироваться на конкурентную борьбу, на то, что рынок отсекает все, не отвечающее общественным потребностям.

3. Начиная свою деятельность, предприниматель должен знать, где и как он будет приобретать материальные ресурсы и технику; может ли он рассчитывать на кредиты и на каких условиях их можно получить; кому он будет продавать свою продукцию и услуги; как наладить рекламу своей деятельности. Чтобы иметь ясные ответы на эти и многие другие вопросы, необходимо наличие рыночной инфраструктуры. Под ней понимаются институты, способствующие бесперебойному движению ресурсов и фондов: банки, биржи, снабженческо-сбытовые и рекламные организации, транспортная система, информационные коммуникации.

Формирование инфраструктуры рынка происходит по двум направлениям: в рамках государственных структур и посредством создания параллельных частных организаций – коммерческих банков, финансовых и страховых компаний и т. д.

4. Необходимыми условиями осуществления предпринимательской деятельности являются определенная экономическая среда и социально-политический климат, которые позволят реально обеспечить самоуправление, свободу хозяйственного выбора, возможность инвестирования дохода. Мировой опыт показывает, что даже при наличии хорошей правовой базы предпринимательская деятельность может не получить сколько-нибудь серьезного развития, если отсутствуют адекватные ей социально-экономические условия. Современная российская реальность такова, что политика превалирует над экономикой, вся экономическая жизнь чрезвычайно политизирована и в целом существующая внутриполитическая обстановка мало способствует развитию предпринимательской деятельности. Первостепенные политические условия для развития предпринимательства – стабильность в стране и демократизация общественной жизни, преодоление стерео-

типов общественного сознания, создание благоприятного социально-психологического климата. Взгляды и представления, ценностные ориентиры, складывающиеся на протяжении жизни нескольких поколений, не могут измениться сразу.

Подводя итог, определим наиболее важные для нас позиции:

1. Реальным субъектом предпринимательства являются люди, которые имеют для этого необходимые предпосылки, прежде всего определенные личностные качества. Именно наличие этих качеств и капитала способствует развитию предпринимательского сектора экономики.

2. Предпринимательство представляет собой инициативную, связанную с риском и ответственностью комплексную деятельность субъекта хозяйствования, осуществляющего новые комбинации ресурсов с целью реализации своих идей и достижения социально-экономического эффекта.

3. К основным признакам предпринимательской деятельности исследователи относят:

- самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов;
- экономическую заинтересованность;
- хозяйственный риск и ответственность;
- особый тип экономического мышления.

Предприимчивость выступает как интегральная характеристика личностных черт (инициативность, находчивость, готовность идти на риск, нести ответственность за результаты деятельности), позволяющая субъекту достигать конкретных целей в хозяйственной или иных сферах общественной жизни.

4. Становление потенциального предпринимателя должно рассматриваться не только с точки зрения приобретения профессиональных знаний, умений и навыков, но и с позиции выбора личностью индивидуального жизненного пути и формирования соответствующих мотивационно-смысловых образований, включенных в субъективную модель экономического успеха.

Дальнейшим направлением нашего исследования является предпринимательская деятельность субъекта хозяйствования в условиях малого бизнеса. Исходя из этого в следующей главе рассмотрим интересующее нас понятие малого бизнеса, выделим этапы его развития, кратко остановимся на особенностях его функционирования.

## **Глава 2. МАЛЫЙ БИЗНЕС, ЕГО ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

---

### **2.1. Развитие малого бизнеса**

Соотношение крупного и малого бизнеса традиционно является одним из основных аспектов анализа рыночных хозяйственных систем. Рассматривая роль малого бизнеса, зарубежные ученые выделяют три основных периода его развития.

Первый период (последняя четверть XIX в. – первая четверть XX в.) связан с формированием монополистической структуры экономики. Основное направление развития малого бизнеса определяется вытеснением его из экономики крупных монополий как конкурента. Объективной экономической основой этого вытеснения явилось прежде всего развитие производительных сил. В то же время развитие процессов обобществления, выражавшееся в росте концентрации на уровне отдельного предприятия, и отношений собственности также способствовало постепенному вытеснению малого бизнеса. Оптимальные размеры предприятий в тот период соотносились с большими масштабами хозяйственной деятельности. Повышение производительности труда во многих случаях достигалось за счет наращивания вещественных и личных факторов производства в рамках предприятия [28].

Однако полного вытеснения малого и среднего бизнеса не произошло. Многие ученые отмечали сохранение общих предпосылок существования мелкомасштабного производства. Так, русский философ П. А. Кропоткин писал: «...несомненно, что некоторым отраслям мелкой промышленности суждено исчезнуть, но зато другие, благодаря своей жизнеспособности имеют все шансы на существование и дальнейшее будущее развитие» [28, с. 18].

В этот период зарождались такие виды техники и технологии, формы предпринимательства и хозяйствования, которые в будущем дали новый импульс развитию мелких и средних фирм. Так, в области техники следует отметить развитие электропривода, которое сделало возможным использование самого разнообразного оборудования на небольших предприятиях. Появились малые предприятия, которые не конкурировали с крупными, а работали в кооперации с ними, стали

субподрядчиками. В 1920-х гг. в США возникла и начала развиваться система френчайзинга – система контрактов, которая давала исключительное право реализации фирменной продукции. В дальнейшем эта система получила широкое распространение.

Второй этап развития малого бизнеса (1927–1974) совпадает по времени с первым этапом научно-технической революции. Под воздействием НТР произошло многократное расширение ассортимента и дифференциация продукции. Важным итогом роста производительных сил в это время явилось развитие инфрасистем, в связи с чем даже самые небольшие компании при эффективной стратегии могли устойчиво функционировать на рынке. Ю. Я. Ольсевич писал: «...сочетание электроиндустрии с газодоснабжением, автомобильным транспортом, новыми системами связи и т. п. создает в ряде отраслей предпосылки для высокоэффективной работы не только средних, но и мелких предприятий» [46, с. 78].

Действие этих факторов способствовало уменьшению оптимальных размеров предприятий, особенно ориентированных на локальные рынки, на постоянную смену ассортимента продукции и высокий уровень специализации. Произошел сдвиг в политике крупных предприятий по отношению к мелким, который был связан не столько с вытеснением, сколько с преобразованием малого и среднего бизнеса, использованием потенциала последнего для роста эффективности крупных корпораций. В последнее десятилетие рассматриваемого периода наблюдались падение эффективности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, замедление роста или даже снижение производительности труда, бюрократизация управленческих структур и падение нормы прибыли в целом. В этих условиях определенная часть высокотехнических малых фирм оказалась в состоянии конкурировать с большим бизнесом. Для крупных компаний использование научно-технического, предпринимательского и человеческого потенциала малых фирм стало предпочтительнее их поглощения, что привело к широкому развитию системы субподряда. Малый бизнес не просто создает отдельные звенья, дополняющие крупное производство, но и превращается в необходимый элемент последнего.

Большое влияние на динамику развития малого бизнеса в конце этого периода стала оказывать политика государственного регулирования, которая сформировалась в 50–60-е гг. прошлого столетия. В то

же время происходила консолидация мелких и средних предприятий, создавались независимые от крупного бизнеса предпринимательские ассоциации. В рамках этого периода зарождались такие тенденции, которые в последнее время обусловили новые моменты в развитии малого бизнеса. В первую очередь следует отметить начавшуюся компьютеризацию, образование научно-технических парков и венчурного капитала.

Таким образом, данный период во многом явился переходным: произошло отступление от ведущей тенденции вытеснения малого бизнеса из экономики и поворот в сторону его преобразования и дальнейшего развития.

Третий период, начавшийся с периода экономического кризиса 1974–2000 гг., совпал с развертыванием второго этапа НТР в индустриальных странах. На его базе произошел новый переворот в развитии производительных сил, оказавший значительное влияние на динамику развития малого бизнеса. Появление информационных систем, развитие компьютерной связи оказали особое влияние на децентрализацию хозяйственной деятельности. Ориентация на материало-сберегающие, энергосберегающие и трудосберегающие технологии в сочетании с расширением ассортимента продукции, снижением ее серийности способствовали уменьшению оптимальных размеров предприятий [2].

Изменились отношения между крупными корпорациями и мелкими предприятиями. Крупные фирмы стали проявлять инициативу создания небольших компаний, работающих на головную корпорацию. Появились «сетевые корпорации», в которых собственно монополия выполняла роль планирующего и организующего центра для мелких и средних фирм.

Отечественные экономисты (Т. А. Алимова, Е. М. Бухвальд, А. В. Виленский, Б. М. Еремихин, А. Д. Иоффе, В. Ш. Каганов, Г. Х. Лобанов, А. И. Мишин, А. В. Орлов, В. В. Радаев, А. В. Толоконников и др.) выделяют следующие этапы развития предпринимательской деятельности: первый (1988–1991), второй (1992–1996), третий (с 1997 г. по настоящее время).

Кратко остановимся на наиболее важных событиях этих этапов.

Закон «Об индивидуальной трудовой деятельности» (май 1987 г.) обобщил практику многочисленных экспериментов и зарубежный



опыт, высветил значительный потенциал семейного (частного) предпринимательства. Этим законом снималось ограничение на занятие народными, художественными и кустарными промыслами, ремесленничеством; упрощалась регистрация занимающихся индивидуальной деятельностью; снижались налоги; повышалась ответственность за предоставляемые декларации о доходах и т. п.

Началом возрождения предпринимательства ряд исследователей считают 1988–1991 гг. (фаза формирования начального капитала).

1992 г. стал первым годом официально провозглашенных рыночных реформ. Правительство этого периода устранилось от проведения какой-либо экономической политики, ссылаясь на то, что рыночная стихия сама расставит все по своим местам. Во главу угла была поставлена широкомасштабная приватизация, которая должна была создать широкий слой собственников, умеющих работать и отстаивать свои интересы, т. е. сформировать российский средний класс.

В 1994 г. была принята программа поддержки малого предприятия, которая до конца не была выполнена. В целом в 1996–1997 гг. прослеживается абсолютное сокращение числа малых предприятий в России. Углубление кризиса в экономике и финансовой сфере страны отмечается в 1998–1999 гг.

За период 1996–2000 гг. были разработаны три программы государственной поддержки малых предприятий, но профинансирована была только одна (первая) из них.

Изучение нормативно-правовых документов Российской Федерации позволяет сказать, что развитие малого бизнеса обеспечивается развитием науки и техники, государственной политикой в данном сегменте рынка, формированием и развитием среднего класса, формированием положительного отношения широких слоев населения к предпринимательской деятельности, причем не только как к источнику удовлетворения насущных материальных потребностей, но и как к достойному образу жизни.

Малые предприятия в рыночной экономике выполняют разнообразные функции, как экономические, так и социальные. Изучение опыта развитых стран позволяет отметить наиболее существенные из них.

1. Малые предприятия, как правило, специализируются на изготовлении отдельных узлов и деталей, а крупные осуществляют сборку. Иногда на мелких предприятиях выполняют промежуточную сборку. Отношения между крупными и мелкими предприятиями основаны на

кооперативных связях. Эта форма взаимоотношений выгодна малым предприятиям по причине своей стабильности: обеспечен спрос и нет значительных колебаний цен. Кроме того, они получают помощь в приобретении сырья, оборудования, во внедрении новшеств, привлечении кредитов. Для крупных предприятий преимущества такой кооперации заключаются в снижении издержек при разгрузке от несвойственных им функций, уменьшении трудовых затрат и т. п.

2. Малый бизнес служит своего рода амортизатором колебаний экономики. Между малыми предприятиями существует достаточно жесткая конкуренция, ведущая к уменьшению их жизненного цикла. Так, в США ежегодно прекращают свою деятельность 350 тыс. фирм. В большинстве случаев они не становятся при этом банкротами, а гибко реагируют на внешние условия и спрос и меняют ассортимент продукции.

3. Малые предприятия специализируются на выпуске конечной продукции, ориентированной преимущественно на локальные рынки сбыта с ограниченным спросом, на местные источники сырья. Эти предприятия производят скоропортящиеся продукты, художественные изделия, одежду и обувь, выполняют мелкие строительные, в том числе узкоспециализированные, работы. В последнее время они получили развитие в такой крупной отрасли промышленности, как металлургия: работающие на утилизированном металлоломе мини-заводы используют прогрессивные технологии для производства стали определенных марок, что позволяет унифицировать и удешевлять оборудование. В США таких заводов насчитывается около 500 тыс.

4. Особое место в экономике развитых стран занимают инновационные малые предприятия. На их долю в США и Японии приходится более половины всех крупных изобретений, в Германии – до 30 %. При этом капиталовложения в сферу малого бизнеса составляют в США 5 % всего объема промышленных инвестиций.

5. Из социальных функций малого бизнеса следует прежде всего назвать создание дополнительных рабочих мест. В докладе Организации по экономическому сотрудничеству и развитию отмечается, что существует отчетливо выраженная тенденция к концентрации работников в малых фирмах независимо от сдвигов в отраслевой структуре. Малые предприятия особенно важны из-за роста числа рабочих мест, что снижает социальную напряженность, связанную с безработицей в период экономических кризисов.

6. Важными функциями малых предприятий являются противодействие монопольным тенденциям в экономике, оживление конкуренции и духа предпринимательства, что в рыночной экономике выступает фактором ее развития.

Все отмеченные выше функции малых предприятий актуальны и для экономики России в силу особенностей переходного периода и мирового экономического кризиса. Развитие малого и среднего бизнеса позволит расширить производство товаров и услуг с привлечением минимальных капиталовложений и обеспечить условия гибкого реагирования на изменения рыночного спроса; привлечь в сферу производства средства населения; расширить возможности трудоустройства безработного населения.

Таким образом, одной из основных тенденций в мировой экономике второй половины XX и начала XXI в. является повышение роли предприятий малых организационных форм. Преимущества малых организационных форм заключаются в следующем: низкие затраты на пассивную часть и инфраструктуру; более полная загрузка и высокая производительность труда и оборудования; высокая скорость оборота ресурсов; мобильность реорганизации производственного аппарата. Важной особенностью малого предпринимательства является активная инновационная деятельность, способствующая ускоренному развитию различных отраслей хозяйства во всех секторах экономики.

Социальная значимость малого бизнеса определяется массовостью групп мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта категория деятельного населения обслуживает основную массу потребителей в соответствии с быстро меняющимися потребностями рынка и условиями производства.

Наконец, малый бизнес в лице самого многочисленного слоя мелких собственников в значительной мере определяет и политическое развитие страны. Сфера малого бизнеса особо нуждается в политической стабильности и экономической свободе. Именно малые предприятия оказываются наиболее восприимчивыми к внедрению новых прогрессивных технологий и могут обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее результативного приложения ресурсов.

## 2.2. Критерии определения параметров малых предприятий

Анализ экономической литературы, классифицирующей мелко-масштабное производство (К. Михель, В. А. Рубе, Р. Стэйли, Р. Штединг), позволяет говорить о том, что не существует единого статистического показателя, который служил бы универсальным критерием определения параметров малых предприятий. Существующие в настоящее время в разных странах концепции и типологии структурирования малого бизнеса в зависимости от институционального или исторического контекста в качестве основного критерия исходят или из правового статуса (Франция), или из различия между ремесленными и промышленными фирмами (Германия), независимыми и подчиненными фирмами (Япония), или из статуса собственности (США).

Существует точка зрения, согласно которой при определении критериев отнесения предприятий к малым следует исходить только из количественных показателей. Типичным представителем такого подхода можно назвать американского экономиста Р. Стэйли [63]. Чаще всего основным количественным критерием малого предпринимательства считается численность работающих на предприятии. Например, Организация по экономическому сотрудничеству и развитию к малым относит предприятия с численностью работающих не более 100 чел. Критерии отнесения предприятий к малым по численности занятых в ведущих развитых странах приведены в табл. 1.

Таблица 1

Классификация предприятий в промышленности  
по численности персонала, чел.

| Страна         | Предприятия |         |               |
|----------------|-------------|---------|---------------|
|                | Малые       | Средние | Другой статус |
| Германия       | 10–99       | 100–499 | Менее 10      |
| Великобритания | До 100      | 100–199 | –             |
| Россия         | До 100      | –       | –             |
| США            | До 100      | 100–499 | –             |
| Франция        | 20–99       | 100–499 | Менее 20      |
| Япония         | 30–99       | 100–300 | Менее 30      |

В развитых странах численность работающих является не единственным показателем, часто параллельно используются и другие количественные показатели: стоимость основных фондов, объем инвестиций, товарооборот и т. п., что обусловлено задачами реализации государственной политики поддержки малых и средних предприятий.

Так, в Японии в добывающей и обрабатывающей промышленности, на транспорте и в строительстве кроме лимита численности (100 работающих) в качестве критерия принята сумма уставного капитала. В Германии не принято обособлять малый бизнес от среднего, они трактуются как определенное единство («Миттельштанд» – средний слой). В соответствии с принятой в Германии методологией к этому сектору экономики отнесены самостоятельно функционирующие лица (лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью – врачи, юристы, инженеры, педагоги и т. п.); мелкие предприятия с числом занятых от 1 до 49 чел. и годовым оборотом до 1 млн евро; средние предприятия с числом занятых от 50 до 499 чел. и годовым оборотом до 100 млн евро [59].

Кроме того, малые предприятия должны удовлетворять следующим требованиям: единство права собственности и непосредственного управления предприятием; обозримость предприятия (ограниченность масштабов предприятия, персонифицированный характер отношений между владельцем и работником); непосредственная включенность руководителя в производственный процесс; особый характер финансирования.

В Японии, например, не только определены размеры малых и средних предприятий, но и выделены те из них, которые в условиях рыночной экономики не могут существовать без государственной поддержки, имеющей целевой характер и исходящей из прогнозных расчетов [59].

В отечественной экономической науке пока не сложился достаточно аргументированный взгляд на то, какое предприятие следует считать малым, и споры продолжатся до тех пор, пока не будет четко определена конечная цель таких исследований, поскольку вопрос носит прикладной характер.

Вопрос определения критериев малого бизнеса является немаловажным и должен рассматриваться в общем контексте системы государственного регулирования и поддержки этого сектора экономики.

При этом необходимо учитывать целый ряд других факторов: социально-экономических, региональных и т. д.

В нашей стране вопрос о малом предприятии как отличной от крупных предприятий форме хозяйствования до 1985 г. экономической наукой не рассматривался, поскольку принципы функционирования предприятий определялись государственной формой собственности, а условия работы предприятий с разной численностью работников существенных различий не имели, они определялись лишь отраслевой принадлежностью предприятий. Существовавшая при сборе и обработке статистических данных градация предприятий по численности проводилась с целью анализа процессов концентрации производства. Официальный статус малых предприятий как особой формы хозяйствования был введен постановлением Совета министров СССР «О мерах по созданию и развитию малых предприятий» № 790 от 8 августа 1990 г. В соответствии с постановлением критерием отнесения предприятий к малым независимо от вида собственности и организационно-правовой формы была взята численность персонала, дифференцированная по видам деятельности:

- в промышленности – до 200 чел.;
- в науке и научном обслуживании – до 100 чел.;
- в других отраслях производственной сферы – до 50 чел.;
- в непроизводственной сфере – до 25 чел.;
- в розничной торговле – до 15 чел.

Как видно из этих данных, за основу было принято усредненное значение численности работников малых и средних предприятий в экономически развитых странах.

Следующим документом, определяющим критерии малого предприятия, стало постановление Совета министров РСФСР «О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в РСФСР» № 406 от 18 июля 1991 г., которое, по существу, продублировало союзное постановление и несколько укрупнило группировку предприятий, объединив предприятия розничной торговли и других отраслей непроизводственной сферы с численностью до 15 чел. работающих.

В дальнейшем нормативная база структурирования предприятий не совершенствовалась в течение пяти лет, несмотря на неоднократные попытки предпринимателей и предложения ученых-экономистов изменить существующий порядок, который был закреплён Законом

«О налоге на прибыль с организаций и предприятий» от 6 января 1992 г. Не стоит акцентировать внимание на этом документе, так как он носил выраженный ведомственный характер и имел существенный методологический недостаток: в нем вообще не упоминалось понятие «малое предприятие», а вышеприведенные критерии численности работников соотносились лишь с определенными льготами по налогообложению. Этот пример лишь характеризует сложившуюся в экономической практике России ситуацию, когда нормативный акт, предназначенный оказать государственную поддержку предпринимательской деятельности в малых организационных формах и создать необходимые условия для ее развития в силу недостаточной научной проработки как инструмент государственного регулирования оказал совершенно противоположное действие.

Предложения Государственного комитета по антимонопольной политике РФ и Министерства экономики РФ по совершенствованию критериев малого предпринимательства заключались во введении дополнительных количественных показателей: годового объема хозяйственного оборота и годовой массы прибыли с дифференциацией по сферам деятельности. Так, годовой объем хозяйственного оборота малого бизнеса в промышленности не должен был превышать (в ценах 1990-х гг.) 150 млн р., в строительстве – 75, в сельском хозяйстве – 50, в науке и научном обслуживании – 10 млн р. Для других отраслей предлагалось установить критерий (кроме численности работающих) годовой массы прибыли: на предприятиях непроизводственных отраслей и оптовой торговли – 1,5 млн р., в розничной торговле и на других предприятиях непроизводственной сферы – 0,5 млн р. Но в связи с высокими темпами инфляции, поставившими под сомнение реальность заложенного в проекте масштаба показателей, дальше предварительных обсуждений дело не пошло [59].

Подготовленные в 1993 г. по инициативе Высшего экономического совета при Президиуме Верховного Совета РФ предложения об основных критериях малого предпринимательства предусматривали введение довольно громоздкой шкалы с целым рядом дополнительных качественных характеристик и условий, содержание которых можно свести к следующим основным моментам:

- во-первых, деятельность должна быть организована на договорной основе, поскольку именно это обстоятельство подтверждает наличие связей между хозяйствующими субъектами;

- во-вторых, необходима длительность отношений сторон и устойчивость связей, что сразу значительно ограничивает рассматриваемый круг субъектов малого предпринимательства;

- в-третьих, должна быть ясно выражена функциональная направленность деятельности. Последняя для малых предприятий ограничивается одной сферой, однако если это производственная деятельность, то не исключается и посредническая деятельность, но при этом ставятся условия: использование полученного дохода для инвестирования в производственных целях, ведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Малое предприятие не должно быть многопрофильным, а вид деятельности должен фиксироваться в уставе в форме, позволяющей реализовать как надлежащий контроль, так и ответственность предпринимателя перед обществом.

Таким образом, диверсификация как фактор повышения стабильности хозяйствующего субъекта исключалась из практики разрешенной предпринимательской деятельности.

Представленные предложения имели и другие недостатки (неувязки с существовавшей системой отчетности, явная декларативность многих положений) вследствие отсутствия научной проработки самого предмета предпринимательской деятельности. В связи с этим проблема совершенствования критериев ее субъектов стала еще более актуальной.

Нормативным актом, регламентирующим критерии малого предпринимательства, стал Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», вступивший в силу 20 июня 1995 г. Согласно закону субъектами малого предпринимательства являются коммерческие организации, средняя численность работников которых не превышает: в промышленности, строительстве, на транспорте – 100 чел.; в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 чел.; в оптовой торговле – 50 чел.; в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30 чел.; в остальных отраслях – 50 чел.

Законом было введено новое ограничение: в уставном капитале малых предприятий доля участия государства, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не должна превышать 25 %, так же как и доля одного или нескольких юридических лиц, не являющихся субъектами малого предпринимательства.



К субъектам малого предпринимательства согласно закону относились и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Важным нормативно-правовым актом, определяющим критерии и условия ведения предпринимательской деятельности в современной России, явился Закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 6 июня 2007 г.

Согласно ст. 4 этого закона (прил. 1) к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства.

Законодатель определяет, что средняя численность работников предприятия за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- от 101 до 250 чел. включительно для средних предприятий;
- до 100 чел. включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия с численностью работающих до 15 чел.

Согласно закону координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства создаются в целях:

- 1) привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к выработке и реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;
- 2) выдвижения и поддержки инициатив, имеющих общероссийское значение и направленных на реализацию государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;
- 3) проведения общественной экспертизы проектов нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих развитие малого и среднего предпринимательства;
- 4) выработки рекомендаций органам исполнительной власти Российской Федерации, органам исполнительной власти субъектов Рос-

сийской Федерации и органам местного самоуправления при определении приоритетов в области развития малого и среднего предпринимательства;

5) привлечения граждан, общественных объединений и представителей средств массовой информации к обсуждению вопросов, касающихся реализации права граждан на предпринимательскую деятельность, и выработки по данным вопросам рекомендаций.

Порядок создания координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления определяется нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления.

### **2.3. Типология организационных структур малого бизнеса**

Реформирование экономики и возрождение предпринимательства в России в числе важнейших задач поставили необходимость нормативно-правового закрепления организационных форм предприятий. С этой целью были приняты законы «О собственности в РСФСР», «О предприятиях и предпринимательской деятельности», Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ), в которых было закреплено право частной собственности на средства производства и установлены организационно-правовые формы предприятий.

В экономической литературе понятие «предприятие» определяется как совокупность материальных и людских элементов, определенным образом организованная для осуществления производства в широком смысле слова, т. е. достижения поставленных хозяйственных целей [58, 59]. Основными признаками предприятия являются обособленность от домашнего хозяйства элементов, необходимых для ведения дела с целью реализации продукции на рынке и получения прибыли. Предприятие рассматривается как одна из форм хозяйствования, отличающаяся от других форм ведения хозяйственной деятельности индивидуумами. Оно представляет собой определенную организацию, совокупность вещественных и трудовых факторов хозяйственной деятельности, объединенных под руководством предпри-

нимателя для достижения определенных целей (как правило, получения прибыли).

С юридической точки зрения главным в нормативном закреплении организационных форм является определение предприятия как субъекта или объекта права. В практике западной экономики, как отмечает Е. Флейшиц, это требование разрешается в основном в пользу признания предприятия объектом права. В некоторых странах финансовое право рассматривает предприятие в качестве субъекта при налогообложении. Основываясь на положениях Гражданского кодекса РФ, можно высказать утверждение о субъектности предприятия в правовом отношении в российском законодательстве. Известный экономист М. И. Кулагин отмечает, что предприятие рассматривается как объект права собственности коммерсанта, но объект, обладающий внутри имущества коммерсанта определенной обособленностью.

Предприятие в хозяйственном обороте должно быть организовано в конкретной организационно-правовой форме и зарегистрировано государственным органом. Каждая предусмотренная правом форма предприятия характеризуется определенной совокупностью признаков: статусом в хозяйственном обороте, отношениями с собственниками по поводу представления капитала и распределения прибыли, ответственностью участников за риск, способом управления предприятием.

Проявившиеся в ходе проведения реформ противоречия законов «О предприятиях и предпринимательской деятельности» и «О собственности в РСФСР» (в частности, касающиеся субъекта права собственности на имущество хозяйственных обществ и товариществ) обусловили необходимость новой кодификации гражданского законодательства. В соответствии с Гражданским кодексом РФ категория «предприятие» перестала представлять собой особую организационно-правовую форму предпринимательства, а синоним «коммерческая организация», используемый в Законе «О предприятиях и предпринимательской деятельности», стал обозначать имущественный комплекс – совокупность зданий, сооружений, оборудования, прав требования и долгов, фирменного наименования, т. е. коммерческая организация стала объектом, а не субъектом права. Гражданский кодекс РФ определяет теперь не организационно-правовые формы предприятий, а формы создания юридических лиц (преследующих извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности), которые могут пред-

ставлять собой согласно ст. 55 ГК РФ хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

В основу выделения форм коммерческих предприятий было положено несколько признаков. Е. Флейшиц, Р. Лифман отмечают, что конкретные формы предприятий определяются такими критериями, как юридический статус учредителя, порядок учреждения, продолжительность существования предприятия (ограничивается ли со сменой участников), порядок формирования и изменения капиталов предприятия, передача права собственности, риск владения предприятием [34].

Субъект предпринимательской деятельности для организации предприятия использует собственные или заемные средства либо объединяет их, вступая в договорные отношения с другими физическими лицами. Необходимость объединения нескольких лиц с целью создания предприятия обуславливается недостатком средств для организации собственного дела, отсутствием необходимых знаний и навыков организационной деятельности, другими причинами. Характер факторов производства, привнесенных каждым из участников организации предприятия, их возможные комбинации (объединение сил и средств или только средств) определяют разнообразие организационно-правовых форм предприятий.

Так, при организации предприятия в форме товарищества (общества) на первый план выступает личное участие каждого учредителя в работе предприятия. В сравнении с индивидуально-частным предприятием товарищество (общество) имеет преимущество в привлечении банковских кредитов: наличие нескольких полностью материально ответственных компаньонов повышает его надежность в глазах кредитных институтов. На практике более распространенным является товарищество, уставный капитал которого поделен на паи (доли), и в случае банкротства пайщики несут ответственность только в размерах своего вклада.

В современной мировой практике наиболее распространенной организационно-правовой формой реализации предпринимательской деятельности являются акционерные общества (в законодательстве Великобритании для их обозначения используется термин «компания», в США – «предпринимательские корпорации»). По экономической природе, способу организации и деятельности акционерные общества яв-

ляются формой коллективного предпринимательства. К этой группе относятся и другие виды хозяйственных обществ, выступающих юридическими лицами. Структурообразующим фактором при организации акционерного общества, в отличие от товарищества, является способ объединения средств пайщиков. Так, немецкий экономист Р. Лифман классифицировал все товарищества по характеру факторов производства при их организации на «товарищества личного характера» (персональные) и товарищества, построенные на соединении капиталов. В «...товариществах личного характера совместная деятельность участников имеет большей частью значение более важное, чем восполнение капитала, которое может последовать и посредством кредитных операций» [34, с. 109]. По мнению Р. Лифмана, в товариществах, построенных на соединении капиталов (акционерные общества), «...личность предпринимателей отступает на задний план, соединение их личной деятельности значения не имеет, их вклады, вносимый ими капитал, совершенно обособляясь от имущества владельцев, приобретают тут как бы самостоятельную действенную силу. Характерным моментом является обособление руководства от владения им» [34, с. 112].

Следует иметь в виду, что под предпринимателями здесь понимаются акционеры, с чем вряд ли можно согласиться, исходя из ранее приведенных в нашем исследовании характерных признаков предпринимательской деятельности. Важным является вывод о разделении в акционерных обществах функций собственников и управляющих, что и отличает их от других товарищеских предприятий. Объединение капиталов здесь происходит посредством оплаты акций. «Акционерные общества – переходный пункт к превращению всех функций в процессе воспроизводства, до сих пор еще связанных с собственностью на капитал, просто в функции ассоциированных производителей, в общественные функции», – отмечал К. Маркс [37, с. 436].

Экономическая наука на Западе неоднозначно трактует понятие акционерного общества как формы организации предпринимательской деятельности. В законодательстве США о корпорациях, в том числе предпринимательских, нет определений как таковых, а излагаются признаки, отличающие корпорации. Среди основных называются: существование в качестве самостоятельного субъекта права (независимо от статуса входящих в корпорацию лиц); период существования; нормативно закреплённая возможность передачи доли участия; единое управ-

ление; ограниченная ответственность. Во Франции закон о торговых товариществах трактует акционерное общество как товарищество, капитал которого разбит на акции, распределенные между участниками, отвечающими за убытки лишь в пределах их вкладов. Число участников не может быть меньше семи. Гораздо точнее определение понятия акционерного общества изложено в германском законодательстве, где акционерное общество понимается как юридическое лицо. Перед кредиторами общество несет ответственность только в пределах своего имущества. Основной капитал общества размещен в акциях.

В отечественной экономической литературе, изданной в дореволюционный период, акционерные общества рассматриваются применительно к практике развития капитализма за рубежом и в дореволюционной России, а определения приводятся слишком общие. В «Советском энциклопедическом словаре» сказано лишь, что акционерное общество – форма централизации капитала и вместе с тем основная организационно-правовая форма предприятия [61].

Не потеряли практической ценности исследования русского экономиста М. И. Туган-Барановского, в которых широко и обстоятельно изложены все аспекты организации и деятельности классических акционерных обществ, показана их роль в рыночном хозяйстве, преимущества перед другими формами организации предпринимательской деятельности и определена сфера их эффективного использования, естественно, применительно к условиям капитализма периода свободной конкуренции. М. И. Туган-Барановский отмечал, что акционерная компания обладает целым рядом существенных преимуществ перед всеми другими формами предприятий. Во-первых, акционерная компания как не связанная с личностью того или иного человека, может с гораздо большей легкостью, чем какая-либо другая форма капиталистических предприятий, собирать крупные капиталы. Во-вторых, в акционерной компании значительно уменьшается риск, связанный с участием в предприятии. В-третьих, благодаря тому, что акции выпускаются обыкновенно на небольшие суммы, становится возможным участие в предприятии даже мелких капиталистов. В-четвертых, благодаря возможности в любое время перепродать акции чрезвычайно облегчается выход из предприятия. В-пятых, благодаря безличности предприятия и возникающей отсюда необходимости строгой его отчетности облегчается получение кредита предприятием [66].

В силу этих преимуществ акционерные компании приобретают все большее значение в современном хозяйственном строе. Проблемы использования акционерных форм организации предпринимательской деятельности рассматривались учеными-экономистами А. Амбарцумовым и Ф. Стерликовым.

В то же время нельзя согласиться с широко распространенными на практике представлениями об универсальности акционерных обществ как организационно-правовой формы коллективного предпринимательства, что, в частности, послужило в 1992–1993 гг. причиной массовой перерегистрации кооперативов в Российской Федерации органами власти и управления. Еще классиками политической экономии было отмечено, что акционерные компании имеют специфические негативные стороны, вытекающие из того основного их свойства, что они безличны. Отдельный акционер, если число акций, находящихся в его владении, не очень велико, сравнительно мало заинтересован в успехе дела, общие собрания нередко имеют формальный характер. Всеми делами в акционерном обществе руководит небольшая группа крупных акционеров, а непосредственное управление осуществляют наемные лица. Поэтому хозяйство акционерного общества обыкновенно не отличается бережливостью.

В Российской Федерации в ходе экономической реформы в процессе преобразования и создания новых государственных предприятий данная форма организации предприятий получила широкое распространение, поскольку эти негативные стороны не могут перевесить основного преимущества акционерной компании, заключающегося в легкости привлечения капитала.

В соответствии с вышеизложенным можно отметить ряд характерных особенностей, присущих только формам акционерной организации предприятия:

- наличие рынка ценных бумаг, где можно свободно купить и продать акции, его доступность для широких слоев населения;
- создание организационной структуры (товарищества) для реализации определенных целей;
- образование акционерами имущественного фонда (основного капитала);
- разделение основного капитала на определенное число равных долей (акций);

- ограничение риска каждого акционера размером его вклада (принцип ограниченной ответственности);
- отсутствие возможности возврата акций.

Отмеченные выше особенности придают акционерной форме организации характер частно-корпоративного предпринимательства в отличие от кооперативной формы, где предпринимательство основывается на коллективной собственности и предполагает трудовое участие членов кооператива в его деятельности. Поэтому доход членов кооператива по своей социально-экономической природе носит трудовой характер. Ряд авторов в исследованиях особенностей кооперативной организации идут еще дальше, говоря о трудовом характере собственности кооператива как принципе его деятельности, с чем нельзя согласиться, принимая во внимание неразвитость правового регулирования этого аспекта предпринимательской деятельности. Тем не менее вопрос о кооперативах как форме малого предпринимательства заслуживает особого внимания. Остановимся на этом вопросе более подробно.

В РСФСР до принятия Закона «О кооперации в СССР» (1988) действовали кооперативы трех основных типов: колхозы; потребительская кооперация (предприятия торговли, общественного питания, заготовки сельхозпродуктов); кооперативы жилищно-строительные, дачные, гаражные с ограниченным перечнем прав хозяйственной деятельности. Закон «О кооперации в СССР» расширил права и экономическую самостоятельность кооперативов, а также сферу их деятельности (кооперативы в сфере производства и услуг) [59].

Кооперативы представляют собой типичную форму малого производства. Они эффективны в сферах деятельности с большой трудоемкостью и невысоким уровнем фондовооруженности труда, тяготеют преимущественно к вспомогательному производству и занимают ниши, остающиеся крупным индустриальным производством. Кооперативы определенных типов образуют относительно самостоятельные блоки, которые имеют специфические закономерности функционирования. Кооперативы различаются по формам организации производства, степени материального участия их членов в формировании общего имущества, распределении доходов и т. д. На практике сложились два основных типа кооперативов:

- кооперативы, возникающие на основе объединения личной собственности пайщиков;
- кооперативы, возникающие на базе переданного государственного имущества при ликвидации, реорганизации подразделений госу-



дарственных предприятий, аренды имущества, объединяющие работников на условиях совместительства.

В ходе развития кооперативного движения в Российской Федерации наибольшее распространение получили кооперативы второго типа, что объясняется рядом причин. Как правило, они работали в кооперации с крупными предприятиями, имели гарантированный сбыт продукции и преимущества в обеспечении сырьем и комплектующими. Около 80 % производственных кооперативов были созданы при государственных предприятиях, более 60 % основных фондов этих кооперативов являлись арендованными у госпредприятий, им же реализовывалось две трети продукции кооперативов. Пик развития кооперативов как организационной формы частного малого предпринимательства продолжался до 1990 г., пока законодательством Российской Федерации не были введены новые виды субъектов рыночных отношений [59].

В результате из законодательства исчезла такая важная для развития малого предпринимательства хозяйственная форма, как кооперация: Закон «О кооперации в СССР» перестал действовать, в Законе «О предприятиях и предпринимательской деятельности» кооперация как форма организации предприятия отсутствовала, в Законе «О собственности в РСФСР» кооперативная собственность упоминалась, но не был раскрыт порядок ее функционирования. В итоге основная часть кооперативов была перерегистрирована в товарищества с ограниченной ответственностью и акционерные общества.

Для успешного развития малого предпринимательства нужно законодательно обеспечить в хозяйственной практике свободный переход из одной организационно-правовой формы предприятия в другую исключительно по соображениям экономической целесообразности, а не под давлением идеологических установок.

## **2.4. Инфраструктура малого бизнеса в России**

Малые предприятия используют в своей жизнедеятельности существующую инфраструктуру экономики страны и предпринимательства в целом. Естественно, что транспортные, телекоммуникационные, банковские и иные инфраструктурные системы используются всеми хозяйствующими субъектами, в том числе и малыми предприятиями. Последние объективно находятся в неблагоприятных условиях вследствие огра-

ниченности собственных ресурсов и отсутствия возможности на равных конкурировать с более крупными компаниями по таким параметрам, как доступ к финансовым ресурсам и государственным инвестициям, исследование конъюнктуры рынка, освоение новой продукции, обучение кадров, приобретение современных технологий, осуществление научно-технических разработок, получение и анализ информации и т. д.

Для минимизации негативного воздействия этих факторов, а также для раскрытия внутренне присущего малому предпринимательству динамизма и гибкости необходимо развитие инфраструктуры, ориентированной на малый бизнес. Она включает в себя систему специализированных институтов, помогающих осуществлять разработку и реализацию государственной политики в сфере малого предпринимательства, которые создаются и действуют при государственном участии либо по инициативе самих предпринимательских кругов (фонды, кредитные, страховые и гарантийные учреждения, технологические парки, бизнес-инкубаторы, промышленные зоны и полигоны, учебные, консультационные, информационные, обслуживающие структуры и т. д.). Целью формирования инфраструктуры малых предприятий является создание благоприятных условий для их развития путем обеспечения комплексной и адресной поддержки в различных направлениях: информационном, консультационном, обучающем, прогнозно-аналитическом, научно-техническом, технологическом, финансовом, имущественном, в оказании широкого спектра услуг. Через объекты инфраструктуры происходит налаживание деловых контактов и кооперации предпринимателей, что способствует самоорганизации малого бизнеса.

Инфраструктура малого предпринимательства выполняет важную социальную функцию, поэтому ее создание и развитие, как правило, полностью или частично финансируются за счет государства с привлечением средств и возможностей объединений предпринимателей, а также финансовых ресурсов из частных источников на некоммерческой основе (субсидирование, гранты, благотворительность и т. п.). Элементы инфраструктуры малого бизнеса являются, по сути, каналами, по которым государственная поддержка в основных своих формах доводится до ее получателей – субъектов малого предпринимательства. Одновременно по этим же каналам осуществляется обратная связь, позволяющая в максимальной степени ориентировать всю систему на реальные потребности и действительные интересы малого бизнеса.

Инфраструктура малого бизнеса понимается именно как система организаций, целью которых является оказание содействия субъектам малого предпринимательства. Как правило, содействие малым предприятиям и предпринимателям либо отдельным их категориям оказывается на условиях, отличных от рыночных (льготные кредиты, бесплатные консультации, дешевая аренда, оказание услуг по пониженным расценкам и т. п.). Именно это и выделяет инфраструктуру малого бизнеса из значительно более обширной совокупности организаций, специализирующихся на оказании деловых коммерческих услуг. Основой такой инфраструктуры в России (на федеральном и региональном уровнях) могут стать государственные и государственно-общественные институты, обеспечивающие следующие основополагающие функции: управление и контроль, финансирование малого предпринимательства, обратная связь государственных органов с предпринимателями и консультативное обеспечение государственной политики в области малого предпринимательства [2, 39].

Для реализации государственной политики в области малого бизнеса необходима институциональная структура государственной поддержки предпринимательства, основанная на разделении указанных функций.

Базовыми элементами этой структуры являются:

- орган управления и контроля – министерство, комитет, департамент;
- финансовый орган – фонд поддержки малого предпринимательства;
- общественный орган – общественный совет по малому предпринимательству.

Согласованные действия элементов такой институциональной структуры обеспечивают соответствие государственной политики, которая на каждом этапе реализуется в программах развития малого предпринимательства, интересам государства (через орган управления), интересам предпринимателей (через общественный орган) и гарантируют ресурсное обеспечение государственной политики в области малого предпринимательства (через финансовый орган).

Результатом осуществления программ поддержки малого бизнеса, центральную часть которых обычно составляют подпрограммы создания и развития инфраструктуры, является создание разветвленной системы институтов, обеспечивающих потребности предпринимателей в ресурсах (финансовых, имущественных, технологических, кадровых, информаци-

онных и др.), в консультировании и благоприятном общественном мнении. Такая система, опирающаяся на описанные выше три базовых элемента государственной поддержки малых предприятий, и составляет инфраструктуру малого предпринимательства. Учитывая ограниченность ресурсов и основываясь на отечественном и зарубежном опыте, в ближайшее время важно сконцентрироваться на наиболее острых проблемах деятельности малого бизнеса, решаемых с помощью льготного кредитования, гарантирования займов, компенсации процентных ставок, финансового лизинга, аренды помещений и земельных участков, доступа к информационным ресурсам, подготовки и переобучения кадров, выставочной деятельности, финансового и налогового консультирования, общего и специального консалтинга. Институты, осуществляющие эти доступные для предпринимателей услуги, образуют основные элементы инфраструктуры.

Обобщая вышеизложенное, отметим следующее:

1. Кооперативное движение в России могло стать основой формирования класса предпринимателей малого бизнеса. За годы существования кооперативов под влиянием государственной политики наметились новые тенденции в структуре кооперативов по видам деятельности. Однако кооперативное предпринимательство как рыночный вид хозяйства при отсутствии необходимого уровня рыночных отношений и инфраструктуры не смогло раскрыть свой предпринимательский потенциал и деформировалось.

2. Для формирования и развития класса предпринимателей в России к концу XX в. были созданы социально-экономические условия, но из-за неадекватности политиков реформы не были доведены до конца и не принесли ожидаемых результатов.

3. Целью формирования инфраструктуры малого бизнеса является создание благоприятных условий для его развития путем обеспечения комплексной и адресной поддержки предприятий в различных направлениях: информационном, консультационном, обучающем, прогнозно-аналитическом, научно-техническом, технологическом, финансовом, имущественном, в оказании широкого спектра реальных услуг. Через объекты инфраструктуры происходит налаживание деловых контактов и кооперации предпринимателей, что способствует самоорганизации малого бизнеса.

Для понимания сущности предпринимательских качеств личности, что важно для дальнейшего развития рассматриваемой темы, обратимся к истории становления предпринимательства в России.

## **Глава 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

---

### **3.1. Предпринимательская деятельность в дореволюционной России**

Формирование новой экономической культуры и проблемы становления предпринимательства в России несут на себе отпечаток всей ее многовековой истории. Осуществляемые ныне попытки скопировать «правильную» модель предпринимательского поведения личности на основе достижений одной лишь западной экономической мысли пока безрезультатны. В связи с этим исключительно важно осознание богатейшего исторического опыта предпринимательства в России. Слепое копирование хозяйственных моделей передовых стран мира без осмысления историко-культурных особенностей России ведет к повышению риска в деловой практике и к дезориентации массового сознания. Утверждение ценностных ориентаций предпринимательства предполагает использование не только всего позитивного опыта эволюции рыночной экономики, но и уроков отечественной хозяйственной практики. Только в такой комбинации предпринимательские ценности могут обладать огромной мотивирующей силой.

Важно отметить, что формы и характер формирования предпринимательских качеств личности неодинаковы в различные времена и в разных странах. Они зависят от конкретно-исторической обстановки, обусловленной местом и временем, и прежде всего от условий, степени развития и характера рыночных отношений. Становление и развитие рыночных отношений, являющихся предпосылкой предпринимательской активности и средой существования предпринимательского слоя, прошло в России несколько этапов.

Остановимся подробно на истории развития предпринимательской деятельности на Руси, так как мы неоднократно подчеркивали, что, только опираясь на имеющийся положительный и отрицательный опыт развития данного направления в экономике России, можно прогнозировать особенности и условия формирования предпринимательских качеств личности.

Исторически в Московской Руси развился особый хозяйственный уклад, опиравшийся в отличие от европейских стран не на городское предпринимательство, а на владение землей и ее использование. Самодержавное крепостническое государство, уничтожая следы могущества торговых городов – Великого Новгорода и Пскова, заимствовало «азиатские» приемы регулирования хозяйственной жизни и посредством военно-торговой колонизации присоединяло к своим границам новые земли.

Именно конец XVI в. является началом зарождения предпринимательства на окраинах Московского царства – на Урале и в Сибири. Основным историческим типом предпринимателя там стал служилый человек, а главным объектом деятельности – пушнина. Широта земельных просторов, богатство сырьевых ресурсов позволяли вести хозяйство, не вкладывая больших денежных средств и не применяя сложной техники, что не давало импульса для развития сибирского промышленного предпринимательства. Основным здесь был малый бизнес, что во многом определялось составом населения, большинство которого представляли крестьяне, посадские и мещане.

Финансовая система была сложной и запутанной. Отсутствие какой-либо научной основы налогообложения самостоятельного населения замещалось эмпирическим методом поиска необходимых государственных решений и приводило порой к неожиданным и тяжелым последствиям. Так, в целях пополнения государственного бюджета в 1646 г. был повышен акциз на соль с 5 до 20 к. за пуд. Расчет был на то, что соль потребляют все слои населения и бремя налога распределится равномерно на всех. Однако после введения этого налога тяжело пострадало беднейшее население. Оно кормилось главным образом просоленной речной рыбой. К тому же у людей, занятых физическим трудом, солевой обмен интенсивнее и соли им требуется больше. Повышение акциза на соль сделало невыгодными ловлю и засолку рыбы. Возник недостаток основного пищевого продукта. Соляной налог пришлось отменить после массовых «соляных» бунтов.

Соборное уложение 1649 г. ужесточило налоговую политику и поставило слои малого и среднего бизнеса (особенно городское население) в сильнейшую зависимость от государства, определив каждому свое «тягло».

Попытка упорядочения налоговой системы была предпринята в царствование Алексея Михайловича, создавшего в 1655 г. Счетный

приказ. Вместо случайных таможенных пошлин была введена четкая таможенная система, издан Торговый устав. Внешняя таможенная пошлина была установлена в 8 денег с рубля и в 10 денег с рубля (4 и 5 %). В целом для иностранцев таможенная пошлина составляла 12–13 %, для отечественных предпринимателей, вывозивших товары за границу, – 4–5 %, т. е. Торговый устав имел протекционистский характер. В 1667 г. ставки были уточнены Новоторговым уставом: пошлина для русских купцов сохранилась на установленном уровне; иностранцы при поездке в глубь страны дополнительно платили 10 % [46].

Элементы западной деловой культуры, проявившиеся в Торговом и Новоторговом уставах середины XVII в., прослеживались только в рамках государственной хозяйственной практики: деятельность деловых людей, в первую очередь купечества, жестко регламентировалась и вводилась в казенное русло. Отечественным предпринимателям, в отличие от западноевропейских, среди которых намечалась специализация в деловой сфере, для выживания в монопольно-государственной хозяйственной среде приходилось, выражаясь современным языком, диверсифицировать свою предпринимательскую деятельность, вкладывая средства и силы в различные промыслы, торговлю и прочие деловые начинания. Важнейший позитивный итог этого этапа хозяйственного развития состоит в том, что уже к 70-м гг. XVII в. сложился хлебный рынок как основа развития товарно-денежных отношений.

На нарождавшемся всероссийском рынке действовали четыре вида предпринимателей: заморские купцы, российские купцы и казенные предприниматели, монастыри. Данная классификация, как отмечает А. Д. Кузьмичев, применима не только к России XVII в., но и к Западной Европе, где в эти годы помимо купечества и ремесленников в деловую жизнь активно вовлекалась привилегированная часть общества.

Наиболее крупные предприниматели XVII в. – купцы были объединены в торговые корпорации – так называемые гостиную и суконную сотни.

Верхнюю ступень иерархии предпринимателей занимали «государевы гости» – малочисленная привилегированная группа наиболее деловых людей, ставших советниками царя в экономических вопросах и выступавших в роли торговых агентов казны. Ступенькой ниже стояли торговые люди гостинной сотни, в 1613 г. им пожаловали те же права, что и «государевым гостям», но без права выезда за границу. Суконная сотня,

первоначально объединявшая провинциальное купечество, по размерам торгового оборота делилась на 3 статьи: большую, среднюю и меньшую.

Во главе крупных таможен находился, как правило, купец из «гостей», а в качестве помощников у него служили члены гостинной и суконной сотен. В XVII в. купечество пополнялось как за счет посадского населения, так и за счет «торгующих» крестьян, остававшихся в крепостной неволе.

Центрами оптовой торговли в это время являлись Ирбитская, Макарьевская, Свенская ярмарки. Большое значение как торговый центр имел Архангельск, основанный в 1584 г. на торговом пути из Европы. В Сибири первые ярмарки появились уже в XVII в. В 1780-х гг. в 16 городах Тобольского наместничества действовали 22 ярмарки. По своим оборотам они относились к средним. Наиболее интенсивно ярмарочная торговля развивалась в Сибирской Новороссии (Курган, Ялуторовск, Ишим). Совершенствовалась торговая инфраструктура в городах: наиболее развитым городом в этом плане был Иркутск, где на каждые 5 обывательских домов, или 20 горожан, приходилось какое-либо торговое заведение. Торговля активно вторгалась и в сельскую местность, интенсивно развивались торгово-промышленные села и слободы, возросла роль сельских ярмарок [28].

Московские купцы и торговые люди из других городов постоянно конкурировали между собой. В Саратове, например, московские торговые люди гостинной и суконной сотен владели доходными местами: кабаками и перевозами. Предпринимательская активность москвичей подкреплялась значительными денежными средствами, сосредоточившимися в первопрестольной.

В колонизируемых местностях (районы Волги и северных территорий) московский торговый капитал встречал жесткую конкуренцию со стороны иноземных коммерсантов (прежде всего англичан и голландцев), организовавших не только крупные торговые предприятия, но и промышленные заведения. Более всего иностранцы преуспели в горнозаводском деле, где сказывался приоритет европейских знаний и промышленных технологий. Так, первая домна в России была построена лишь в 1636 г., на 200 лет позже, чем в Западной Европе. К концу XVII в. всей российской металлургической промышленностью, за исключением казенного Павловского завода, владели голландцы. К этому же периоду относятся первые попытки проникнове-



ния иностранного капитала в Сибирь, когда английские и голландские купцы получили право торговать в сибирских городах табаком [28].

Органами осуществления государственной экономической политики служили приказы – прообразы современных министерств, монополизировавшие практически все доходные отрасли хозяйства. Вся торгово-промышленная деятельность была подчинена интересам государства. Так, в 1635 г. правительство взяло себе торговлю льном в ущерб отечественным торговым людям и послало из столицы в Псков «гостя» скупать лен по «московской» (установленной государством) цене. Как отмечал летописец, деньги дают «дурные», цена «невольная», купля «нелюбовная», и во всем «скорбь великая, вражда несказанная» [28].

Государевы люди принимали активное участие в военно-торговой колонизации, где наряду с ними успешно действовали бояре и дворяне, захватывавшие новые земли и занимавшиеся торгово-промышленным предпринимательством. Так, промышленные предприятия стали организовывать представители вотчинной знати – Морозовы, Трубецкие, Одоевские. Центральная власть поддерживала предпринимательскую экспансию восточных земель. Примером является деятельность купцов Строгановых по освоению Урала и Зауралья, юридически закреплённая в жалованных грамотах Василия Шуйского и Ивана Грозного, а также финансирование ими экспедиции Ермака.

В дальнейшем правительство продолжало поощрять предпринимателей, освобождая их от уплаты налогов, давая ссуды предприимчивым крестьянам и посадским, переселяющимся в Сибирь, активно привлекая сибирских торгово-промышленных людей к выполнению казенных подрядов. В целом в этот период законы Российского государства защищали Сибирь от экспансии западноевропейского капитала, а существование таможен долгое время охраняло сибирских предпринимателей от сильной зависимости от русского капитала Центра. В свою очередь сибирские предприниматели активно поддерживали политику правительства по расширению государственной территории, подчас сами на свой страх и риск приступая к освоению новых территорий, ещё официально не вошедших в состав Российского государства. Можно упомянуть плавание С. И. Дежнева в 1649 г. и походы Е. П. Хабарова в Приамурье в 1650-е гг., деятельность Русско-Американской компании по освоению Аляски.

В этот период всех предпринимателей – русских и иноземных купцов, государевых людей и знать – своей деловой активностью затмевали монастыри. Церковь сохранила ряд феодальных привилегий, придававших ей самостоятельность и независимость от светской власти в управлении своими вотчинами.

Могущество монастырей усиливала не только деятельность их собственных предприятий, но и финансовая деятельность (ростовщические операции). Важной особенностью этого вида предпринимательской деятельности являлось то, что монастырский капитал был независим от казны, постоянно испытывавшей финансовые затруднения. Но со второй половины XVII столетия государство становится на путь ограничения хозяйственной деятельности церкви: в 1649 г. духовенству запрещается приобретать новые земли [46].

К концу XVII в. состояние хозяйственной жизни Московской Руси подготовило почву для усиления предпринимательской активности: у россиян сложилось представление об организации мануфактуры; активно развивались торгово-промышленные связи; вызревали ростки «западной» деловой среды, способной генерировать новые типы предпринимателей. Но их становлению мешала крепостная хозяйственная практика. Сказывался и географический фактор: Российское государство оставалось в стороне от главных торгово-промышленных путей. Так, голландский историк, характеризуя значение торговли с Россией по сравнению с торговыми операциями с другими странами, назвал ее «ничтожным эпизодом»; среднее число голландских кораблей, прибывавших в Архангельск, составляло около 20, между тем как в Данию и Норвегию их прибывало 500, а в Испанию – 2000. Все более актуальным становился вопрос о том, как приблизить Русь к передовым странам Европы, активно формирующим мировой рынок. Это был вопрос о том, какие предприниматели выведут ее на передовые рубежи.

Важнейшим этапом развития предпринимательства в России стали реформы Петра I. Экономические преобразования первой четверти XVIII столетия проводились сверху, в традиционном для Западной Европы русле, с применением самого жесткого внеэкономического принуждения и насилия. Отличительными чертами Петровских реформ стали резкое возрастание экономических функций государства; усиленное развитие промышленности, ориентированной на

решение общегосударственной задачи создания сильного в военном отношении государства.

Создание металлургических производств, нацеленных на военные нужды, определило круг первых «петровских» предпринимателей – деловых людей, объединенных идеей утверждения могущества России. В их число попали прежде всего приближенные к императору представители высшего света, иноземные предприниматели, московские купцы. Для привлечения последних на первых порах использовались обращения к торговому населению столицы с целью найти желающих на роль «содержателей» готовых мануфактур. Предпочтение отдавалось представителям крупного купеческого капитала – членам гостинной сотни.

Для втягивания деловых людей в «промышленные затеи» стали выдаваться «премии»: например, купцу Волкову было подарено 5000 р., Короткому – 3000 р., компании Бабушкина – около 4000 р. Но за государевой заботой стоял факт обязательной службы по наряду, превращенной в своеобразную повинность, включавшую даже принудительный перевод деловых людей из Москвы в новую столицу и на Урал.

Формирование слоя «казенных» предпринимателей сопровождалось созданием новых государственных органов управления – Берг-коллегии, Мануфактур-коллегии и Коммерц-коллегии, призванных регулировать торгово-промышленную жизнь страны. С оформлением казенного предпринимательства закончился «золотой» век монастырского предпринимательства: дела Патриаршего приказа перешли в другие ведомства.

Усиление роли государства по руководству экономикой привело к принятию ряда законодательных актов, регулировавших взаимоотношения между предпринимателями. Так, в 1721 г. царским указом устранялась монополия купечества на ведение торговли. Торговлей разрешалось заниматься лицам «всякого звания», за исключением военных, а ранее изданный указ о единонаследии (1714) прямо рекомендовал младшим сыновьям дворянских семей заниматься коммерцией. Конкуренция в торговом деле заставила купцов пойти на создание крупных компаний, учреждаемых при помощи государства. Целенаправленная государственная экономическая политика подтолкнула купечество к предпринимательству в легкой промышленности, испы-

тивавшей серьезные затруднения. Многие мануфактуры были убыточными, среди них Суконный двор, чулочная и бумажная мануфактуры в Москве. Липецкая суконная казенная мануфактура три года из-за отсутствия средств простаивала без дела. Для преодоления кризиса в сфере легкой промышленности было принято кардинальное решение о приватизации, закрепленное в регламенте Мануфактур-коллегии. Первым актом передачи казенной мануфактуры стал указ 1721 г., согласно которому полотняные заводы и дворы, купленные в Новонемецкой слободе, были отданы купеческим людям, торговавшим в Москве. В последующие годы в руки частных предпринимателей были переданы суконные мануфактуры, горнозаводское дело, для того чтобы снизить убытки и увеличить доходность этих отраслей экономики. Многие «партикулярные» предприниматели получили привилегии монопольного характера. Усилению «партикулярных» деловых людей способствовал покровительственный таможенный тариф (1724), устанавливавший высокие пошлины на те товары, которые могли производиться на отечественных мануфактурах.

Купечество по-прежнему привлекалось не только к промышленности и торговле, но и к государственным делам: указами от 17 марта 1717 г. и 19 июня 1718 г. повелевалось во всех городах учредить из купечества по одному или по два фискала. По указу 1727 г. все предприниматели делились на 3 гильдии, различавшиеся юридическими правами, сферами коммерческой деятельности и размером налогов. Купцы первой гильдии имели право торговли на всех российских ярмарках, а также могли торговать с границей в пограничных портах и таможах – Петропавловской, Омской, Семипалатинской, Ямышевской крепостях, в Кяхте, Охотске и на Камчатке. Купцы второй гильдии имели право торговать на российских и сибирских ярмарках, а купцы третьей гильдии – только в своем городе и уезде.

Сильную конкуренцию купцам сначала на внутреннем рынке, а потом и на внешнем могли составить и крестьяне. Указ 1699 г. разрешал крестьянам из дворцовых сел и волостей, «торговым и пожиточным людям», записываться в города и посады. Но такая тенденция была существенно подорвана указом 1714 г., в котором оговаривалось, что, если у крестьян в городах и будут большие торги и промыслы, все равно они останутся крестьянами и не смогут быть купцами. Эти элементы феодализма ограничивали широкое развитие предпри-

нимательской деятельности вплоть до реформы 1861 г. Многие из предприимчивых крестьян центральной части России в поисках лучшей доли бежали в окраинные земли [52].

Успехи политики Петра I, достигнутые в военной области, превратили Российскую империю в крупнейшую политическую силу, с которой вынуждены были считаться все европейские государства, но по-настоящему рыночные реформы в России не были проведены. Созданная в 1703 г. в новой столице биржа, замкнув на себе иностранных коммерсантов, не способствовала развитию отечественного биржевого дела; петровская приватизация усилила монопольные тенденции и снизила уровень конкуренции на слабом еще внутреннем рынке. Свободное предпринимательство, превратившее Западную Европу в мировой хозяйственный центр, в России не получило развития.

После резкого рывка в направлении Запада в России наступила полоса спада деловой активности. Наибольший вес в области экономической политики приобрела приближенная к царствующим особам группа лиц, среди которых выделялась «немецкая» партия. Пользуясь их поддержкой, иностранные предприниматели повели придворную борьбу за право провоза и торговли своими товарами внутри страны для розничной продажи, чему противилось русское купечество. В торговой войне государство встало на защиту отечественных деловых кругов: указ 1743 г. запретил иностранцам розничную продажу и обязал их продавать свои товары оптом русским купцам.

Если в торговом деле отечественные предприниматели взяли верх над иноземными, то в области промышленности результаты были иные. Иноземцы захватывали наиболее доходные отрасли горнозаводского хозяйства и обрабатывающей промышленности.

К середине XVIII в. многие дворяне вслед за петровскими «содержателями» и иноземцами стали активно втягиваться в хозяйственную деятельность, в полной мере оценив значение торговли и промышленности как источника обогащения. В 1726 г. дворяне обеспечили за собой право продажи производимых в их поместных селеньях сельскохозяйственных продуктов. Как правило, крупнейшие представители купечества соединяли торговлю с промышленной деятельностью, торговый и ростовщический капитал инвестировался в промышленность. Новые предприятия, особенно в отраслях легкой промышленности, возникали не только в Московском районе, но и за его

пределами. Новые мануфактуры появились в городах Боровом, Вязниках, Вологде, Калуге, Ярославле. Серпухов превратился в крупнейший центр полотняного производства.

Мелкие городские и ремесленные промыслы оставались питательной средой для появления новых предпринимателей, хотя с 20-х гг. XVIII столетия правительство повело борьбу за учет промыслов с целью обложения их налогами и даже уничтожения в районах нахождения казенных заводов. Деловые люди с ростом оборотов и прибылей группировались в крупных торгово-промышленных центрах, в первую очередь в Петербурге и Москве. Крупными деловыми центрами оставались, как и ранее, волжские города с их развитой торговлей и промыслами; на севере выделялись Архангельск, Вологда и Шенкурск, на юге – торговые центры Воронеж, Тамбов и др. Оживленные торговые связи с Востоком и Сибирью были причиной сравнительно большого сосредоточения купцов в Иркутске, Кяхте и Красноярске.

Промышленное предпринимательство в Сибири на первых порах играло незначительную роль. Но постепенно росло собственное ремесло: если в 1625 г. в 14 сибирских городах насчитывалось около 270 ремесленников, то в начале 1720-х гг. их стало примерно 2 300; привоз промышленных товаров из Европейской России в конце XVII в. сократился на 40–60 %. Первые относительно крупные промышленные заведения частного капитала появились в начале XVIII в., а к 1760-м гг. по всей Сибири действовало более 25 частных промышленных предприятий, не считая ремесленно-кустарных мастерских и кузниц. В середине XIX в. в городах Тобольской губернии насчитывалось 126 частных заводов и фабрик, Томской – 77, Енисейской – 34, Иркутской – 32. В целом промышленное предпринимательство в Сибири успешно справлялось с потребностями населения и казны. Ходом развития оно было подготовлено к технической модернизации производства, однако развитие золотодобычи вызвало отток капиталов и рабочих рук в эту отрасль и затормозило общее перевооружение промышленности.

Серьезную конкуренцию купцам на внутреннем рынке составляли дворцовые крестьяне, процесс перехода которых в купечество совершался непрерывно, нарастая с годами, особенно при переводе дворцовых сел и слобод на городское положение. Как и в петровские времена,

крестьяне, ушедшие в купечество, годами искусственно удерживались в категории дворцовых крепостных. В царствование Елизаветы Петровны дворцовые крестьяне уже на равных конкурировали с купцами. Так, по данным Екатеринбургской ратуши, в 1760 г. из имевшихся в городе 122 лавок 58 (47,5 %) принадлежали крестьянам [59].

К середине столетия правительство приняло ряд решений, имевших огромное значение для дальнейшего становления торговогословия. В 1747 г. для составления нового таможенного тарифа создается особая комиссия. По итогам ее работы принимается указ от 20 декабря 1753 г. об отмене внутренних пошлин, ставший мощным импульсом для развития торгового предпринимательства. Сенатский указ 1758 г. был направлен на поддержку мелкого ремесленного производства, связанного прежде всего с изготовлением военного снаряжения [18].

Хозяйственная политика преемников Петра I, шедшая в «западноевропейском» русле, привела к смешению типов деловых людей. Государственное предпринимательство, взрастив «казенных» фабрикантов и заводчиков, в один ряд с ними поставило и биржевиков, и купцов, и иностранных коммерсантов, и ремесленников. Появившаяся среди них конкуренция за монопольное право производства и сбыта товаров зачастую приводила не к расширенному воспроизводству, а к свертыванию торгово-промышленных начинаний. Только перевод экономической политики в сторону свободного предпринимательства мог выправить положение, поддержав вновь учрежденные фабрики и заводы. Инвестирование лишь в казенные предприятия затормозило не только развитие частного предпринимательства, но и формирование внутреннего рынка.

Последнее обстоятельство вынудило правительство пойти на ограничение монопольных тенденций, развитие новых видов предпринимательства, связанных с денежным обращением. Но и они, в частности создание Дворянского и Купеческого банков в 1754 г., привязывались к экономической политике поддержки казенного предпринимательства. Петровский меркантилизм вырождался и все активнее требовал новой теоретической базы хозяйственной жизни.

Екатерина Великая начала свое царствование с крупной реформы гражданских свобод: от зависимого от государства служилого сословия отделилось дворянство. Свобода гражданская повлияла и на ситуацию

в хозяйстве страны. С увеличением численности торгово-промышленного сословия и усилением его влияния на ход экономической жизни власти упорядочили его жизнедеятельность: в 1775 г. для купцов и промышленников учреждаются три гильдии и вводится уже буржуазный принцип налогообложения вместо прежнего, сословного.

Особенность налоговой политики государства по отношению к предпринимателям заключалась в том, что налог определялся не с прибыли, а с объявленного капитала, который купец называл в конце каждого года на следующий. Сумма этого капитала могла состоять из наличных денег, из товаров и векселей, за исключением стоимости недвижимой собственности. Такой порядок в определенной мере был выгоден обеим сторонам: государство могло твердо формировать свой бюджет по налоговым статьям, а предприниматель знал, что большего размера налога на его торговую деятельность в течение всего года не последует. В 1775 г. минимальный размер объявленного капитала для купца первой гильдии равнялся 10 тыс. р.; второй – 1 тыс. р.; третьей – 500 р.; в 1794 г. он был повышен, а в 1807 г. составлял соответственно 50, 20 и 8 тыс. р. Налог с объявленного капитала независимо от гильдии равнялся в 1775 г. 1 %, в 1797 г. – 1,2 %, в 1810 г. – 1,7 %, но с 1812 г. он был доведен до 4,5 % и ниже не опускался. Реформа министра финансов Е. Ф. Канкрин, проведенная в 1824 г., хотя и подняла планку денежных сборов с купечества, но не повлекла за собой общего сокращения численности гильдейского купечества [18].

Стремясь к развитию конкурентных начал в экономике, Екатерина II упразднила в 1780 г. Мануфактур-коллегию, объявив свободу предпринимательских начинаний. Поместные дворянские заведения к концу XVIII в. составляли заметную конкуренцию как отечественным, так и иностранным предпринимателям. Дворянство от привычных заведений – горнозаводского дела и металлургии стало переходить к фабричному производству, особенно в текстильной и винокуренной отраслях. Более всего дворяне преуспели в создании суконных мануфактур: из 40 основных суконных фабрик 19 принадлежали дворянам, не считая большого количества мелких фабрик. К началу XIX в. из 98 суконных фабрикантов, поставлявших сукно для государственных нужд, дворянами были 74, а купцами – лишь 12.

Малое предпринимательство развивалась в форме кустарной промышленности, имевшей преимущества перед крупной, поскольку



крестьянин, занимавшийся промыслами, приносил общественную пользу, работая для себя и для государства. Иностранцы поражались географии распространения ремесел. Обработкой дерева, кожевенным, сапожным, скорняжным производствами занимались крестьяне Шереметьева в Воронежской, Владимирской и Ярославской губерниях. Ткацкое дело сосредоточивалось в селе Иванове Владимирской губернии. Нижегородское село Вормс приобрело всероссийскую известность своими слесарными изделиями. Работая исключительно на внутренний рынок, крестьяне-предприниматели организовывали столярное, печное, колесное, кирпичное и прочие производства.

Развитие в деревнях отходничества как промысла, особенно в Московской и Ярославской губерниях, где 10–20 % крестьян находилось на заработках, резко увеличило численность городского населения, подняв ее за 72 года в четыре раза: с 328 тыс. в 1724 г. до 1301 тыс. в 1796 г. Быстрый рост числа крестьян-отходников позволил не только составить основу вольнонаемного рынка рабочей силы, но и выделить из ее среды небольшую группу предприимчивых мужиков, сыгравших важную роль в становлении рыночных начал российской экономики. Не обладая ни крупными капиталами, ни налаженными деловыми связями, они совершали дальние путешествия в Петербург, Ригу, Нарву, Шлиссельбург и на столичные мануфактуры с целью выведать более совершенные способы выделки тканей, разведать новые рынки сбыта. Многие из этих людей в качестве предпринимателей направили свою энергию на становление новой для России хлопчатобумажной промышленности [65].

Уникальность деятельности «хлопчатобумажных» фабрикантов состояла в том, что она развивалась практически без поддержки государства: к фабрикам не приписывали крепостных, фабрикантам не предоставляли льготы и субсидии. Тем не менее хлопчатобумажная промышленность оставила далеко позади все отрасли, опекаемые государством. Успеху отечественного хлопчатобумажного производства, основанного исключительно на наемном труде, способствовало использование зарубежных технологий, кредитов, а также дешевых английских полуфабрикатов.

Сильное влияние на деловую активность в ткацком производстве оказала война 1812 г., сместившая центр предпринимательской активности в провинцию – Кострому, Иваново, Владимир. Со временем,

создав значительные капиталы, провинциальные фабриканты перебирались в Москву и формировали генерацию национально ориентированных предпринимателей.

Упрочение деловых связей и усиление влияния крупных предпринимателей нашли отражение в создании по инициативе деловых кругов Петербурга и Москвы Мануфактурного (1828) и Коммерческого (1829) советов. Важнейшей задачей советов – совещательных органов при правительстве – стал сбор информации о состоянии торговли и промышленности. С этой целью была организована разветвленная сеть уездных комитетов и корреспондентов, сообщавших сведения о хозяйственной жизни на местах. Одним из направлений деятельности Мануфактурного совета являлась пропаганда нового технического опыта, изобретений и открытий в России и за границей. Этому способствовала учрежденная советами система привилегий, наград за участие в промышленных выставках, открытие специализированных газет и журналов. Крупнейшие предприниматели двух столиц составили основу учредителей акционерных компаний: если с 1800 г. по 1830 г. возникли лишь 2 компании, то к 1859 году их стало более 80. Самыми крупными из них были железнодорожные (на 8 компаний приходилось 347 млн р. из 455 млн р. акционерного капитала), пароходные товарищества (их капитал составлял 41 млн р.) и страховые (17 млн р.).

Произошли изменения в составе и численности сельских предпринимателей: наряду с лавочниками (торгующими крестьянами) и сельскими ростовщиками растет прослойка крестьян-предпринимателей, владельцев маслозаводов, сельхозмашин, товарных посевов и скота, производящих продукцию на рынок. По размерам производства преобладали мелкие и средние предприниматели.

Практика государственного и частного кредитования нужд предпринимателей получила широкое развитие еще в XVII в. Согласно указу 1775 г. во всех губернских и уездных городах приказам общественного призрения было дано право проведения операций кредитования. Тогда же почти во всех городах была создана должность городского маклера, избираемого из местного купечества, который следил за выдачей и опротестованием векселей. В Сибири первые банковские конторы для проведения кредитно-вексельных операций открылись в Тобольске (1772) и Иркутске (1779). Большое значение име-

ло введение сибирской (сузунской) монеты. В Восточной Сибири большую роль в совершенствовании финансовой системы сыграла Русско-Американская компания, получившая в 1797 г. право кредитования различных торгово-промышленных предприятий. В 1846 г. открылась контора Государственного банка в Ирбите, а затем и в других городах. Первый общественный городской банк Сибири, основанный на купеческих капиталах, был создан в Верхотурье в 1836 г. В Иркутске такой банк появился в 1837 г., в Томске – в 1843 г. [59].

Основным итогом развития предпринимательских начал в дореформенной России стала борьба двух противоречивых тенденций: с одной стороны, поддержка частной инициативы и предпринимательства, наиболее ярко проявлявшаяся во времена Петровских реформ; с другой стороны, ограничение многочисленными феодально-крепостническими пережитками возможностей широкого развития предпринимательства. Предприниматели из дворян, ориентировавшиеся в своей деятельности на казенные нужды, к середине XIX в. во многом утратили свои позиции, как и купцы-фабриканты. Снизилась деловая активность иностранные предприниматели, за исключением сферы банковской деятельности.

Экономический либерализм привел на смену предпринимателям петровского периода, привязанным к интересам казны, инициативных и независимых капиталистов из самых широких слоев общества, ускоривших как развитие внутреннего рынка, так и вхождение России в мировое хозяйство через прогрессирующую хлопчатобумажную промышленность. Самым большим достижением реформ стало появление слоя мелких частных собственников в сфере кустарной промышленности, представлявшего собой готовую питательную среду для формирования новой генерации свободных предпринимателей.

Однако этот процесс сдерживался не только жесткой политикой государства, но и слабым развитием в стране новых форм организации торгово-промышленного предпринимательства. Биржи и банки, акционерные общества еще не стали играть важную роль в развитии хозяйства. Главными препятствиями, сдерживающими широкое развитие предпринимательства, оставались крепостное право и отсутствие законодательных гарантий для деловых людей [18].

Поражение в Крымской войне, имевшее в своей основе причины экономического характера, заставило руководство страны пойти на

кардинальные меры. В отличие от предыдущих преобразований новая реформа готовилась с учетом реалий экономической практики и общественного мнения. Основу реформы составил Манифест 19 февраля 1861 г. об отмене крепостного права, выведший миллионы подданных страны из зависимого положения. Принципиальным отличием реформы от предшествовавших стало создание юридических гарантий предпринимателям со стороны государства, закрепленных в «Положении о пошлинах за право торговли и других промыслах» 1863 г. и 1865 г. Впервые в истории страны право на свободу предпринимательской деятельности вошло в законодательную практику: в положении отмечалось, что «промысловые свидетельства» (свидетельства на занятие какой-либо деятельностью) выдаются лицам всех сословий без различия пола, как «русскоподданным, так и иностранцам. Ограничения устанавливались для государственных служащих, военных и по национальному признаку – для евреев. Последние, как и военные – солдаты и офицеры, могли заниматься коммерцией только через уполномоченных. Не разрешалась также эта деятельность священникам православной церкви, протестантским пастырям, их женам и несовершеннолетним детям. Эти ограничения продолжали существовать вплоть до 1917 г.

Одним из итогов реформы стало быстрое расширение состава предпринимателей за счет представителей различных социальных групп и слоев. Малоземелье и низкое плодородие почв в нечерноземных губерниях России вынуждали крестьянина существенную долю своего времени и сил отдавать промысловому предпринимательству. Некоторые деревни и села целиком были заняты тем или иным видом промысла. С началом земской реформы в губерниях были предприняты попытки создать условия, облегчающие труд местных предпринимателей-кустарей.

С 1870 г. сбором необходимых сведений о кустарных промыслах и соответствующими исследованиями стали заниматься Центральный статистический комитет и Императорское Русское географическое общество, а затем, после учреждения при Министерстве финансов Комиссии по исследованию кустарных промыслов России, – и губернские земства. Комиссией была составлена программа, согласно которой помимо истории, топографии и размеров промыслов предполагалось изучение техники и экономики, связи промыслов

с земледелием и благосостоянием населения, влияния промыслового предпринимательства на духовное и физическое здоровье занятых им людей. Проведенные земствами в разные годы исследования показали, что к числу наиболее трудно решаемых проблем кустарных промыслов относились их снабжение сырьем, обеспечение кредитами, сбыт продукции, слабая техническая подготовка кустарей.

Самой важной была проблема обеспечения кустарей кредитами, необходимыми для приобретения сырья. Денежного кредита кустарь почти никогда не мог получить или находил его на кабальных условиях, которых не могло выдержать ни одно производство. До введения закона о сельском ростовщичестве обычный размер процента при денежных займах достигал в деревнях 137 % в год. Практиковалось предоставление кредита непосредственно сырым материалом. Обыкновенно этот кредит предоставлял состоятельный крестьянин, причем по цене выше рыночной.

Для оказания помощи мелким предпринимателям в сфере кустарного производства создавались музеи кустарных промыслов и артелей кустарей, было организовано предоставление последним кредита. При губернских земских управах создавались специальные кустарные отделения, в ведении которых находились все мероприятия по поддержанию и развитию кустарных промыслов. Кустарному отделению земской управы для поддержания и развития промыслов были рекомендованы следующие меры: открытие товарных и сырьевых складов для покупки готовых изделий у кустарей и продажи им сырых материалов; открытие музеев с образцами изделий и орудий производства; комиссионное посредничество и поставка кустарных изделий учреждениям и частным лицам; участие в кустарных выставках и ярмарках с целью расширения сбыта; открытие учебных мастерских и заводов с целью распространения среди населения новых промыслов или улучшения техники существующих; составление и раздача кустарям чертежей и рисунков улучшенных изделий; открытие профессиональных школ для улучшения техники производства; предоставление дешевого кредита; охрана промыслов с помощью льготных тарифов, отпуск казенного сырья.

Форсированное акционирование и развитие банковского дела вызвало строительную горячку, ускорившую не только формирование новых экономических районов, но и переход многих банкиров в ряды

железнодорожных магнатов. Их появление было естественным процессом формирования нового поколения предпринимателей. Несмотря на издержки, связанные с этим, – мошенничество, злоупотребления, о которых много писала пресса того времени, можно с полным основанием утверждать, что усилиями этой предпринимательской группы создавалась «кровеносная система» экономики – залог дальнейшего экономического роста: за короткий срок страна покрылась сетью железных дорог, связавшей в единое целое экономические районы России.

Сооружение Транссибирской железной дороги длиной более 8 тыс. км открыло новый этап в развитии предпринимательства. Само строительство стало крупным рынком рабочей силы и товаров. На стройку потянулись тысячи рабочих и крестьян-отходников (общее число занятых достигало 90 тыс. чел.). В связи с потребностями дороги в металле, строительных материалах, продовольствии и транспортных средствах десятки предприятий получили крупные заказы, возникли новые кирпичные, шпалопропиточные, цементные и другие заводы. Сама железная дорога с ее двумя главными железнодорожными мастерскими (Омск, Красноярск), 26 депо, 400 станциями и разъездами, тысячами единиц подвижного состава стала крупнейшим государственно-капиталистическим промышленно-транспортным предприятием.

Железная дорога произвела техническую революцию в наземном транспорте, способствовала появлению новых городов, выросших из разъездов и станций (возникло до 20 новых городов), притоку отечественных и иностранных капиталов в Сибирь, связала ее с общероссийским и мировым рынками и дала выход на них сибирским товарам. Удешевление стоимости проезда-провоза в Сибирь в 5–6 раз облегчило переселение за Урал, вывоз прежде малотранспортабельных товаров (масла, хлеба, леса и т. п.).

В 1880-х гг. на смену «железнодорожным» и «ситцевым» предпринимателям пришли капиталисты тяжелой индустрии. Горнозаводское хозяйство Донецкого бассейна, где до 1887 г. действовали лишь 2 железодельных завода (Юза и Пастухова), с конца десятилетия быстро приросло новыми крупнейшими чугуноплавильными предприятиями – Александровским, Каменским, Дружковским, Петровским, Таганрогским и др. На зарубежных рынках акции новых рос-

сийских гигантов тяжелой индустрии, приносившие огромные дивиденды, стояли так высоко, что, как отмечал «Вестник финансов» (№ 33 за 1897 г.), достаточно было прибавить к названию фирмы «днепровский» или «донецкий», чтобы рассчитывать на их быструю продажу иностранцам. К преуспевающим магнатам усиленно стремилась титулованная знать: с конца XIX и особенно с начала XX в. участились случаи перехода крупных чиновников в правления частных обществ.

В то же время традиционное дворянское предпринимательство не исчезло, а расцвело в крупных хозяйствах сахарозаводчиков и угледобытчиков, таких как Иловайские, Карповы, Рутченковы и др. Со временем шахтовладельцы и заводчики получили новое пополнение в лице представителей научно-технической интеллигенции.

Вместе с ними торгово-промышленное предпринимательство активно осуществляли и иностранцы: англичанин Юз, швед Нобель, француз Брокер, пустившие в России глубокие корни. Привлечение иностранцев к торгово-промышленным операциям было напрямую связано с политикой русификации, проводимой государством в целях исключения возможности применения в России методов колониальной экспансии. Русификация носила естественный экономический характер. (Закон о состояниях разрешал иностранцам владеть движимым и недвижимым имуществом, а также землей, за исключением приграничных районов.) Основным мотивом, побуждавшим западных предпринимателей вкладывать свои средства в русскую промышленность, являлась возможность получения высоких прибылей.

К этому времени окончательно сформировалась разветвленная банковская система, состоящая из акционерно-коммерческих, земельных банков и разнообразных ссудно-сберегательных товариществ и обществ взаимного кредита. Так, в Сибири кредитные кооперативы, объединявшие до половины крестьянских хозяйств, давали крестьянам ссуды, сбывали их продукты и снабжали промышленными товарами. Особенно активно развивалась потребительская кооперация, охватывавшая более половины сельского населения. «Закупсбыт», объединявший местные союзы потребительской кооперации, контролировал свыше половины товарооборота в регионе и имел агентства не только в городах России, но и в Нью-Йорке, Сан-Франциско, Лондоне, Стокгольме, Шанхае, Харбине. В финансировании предприятий

Сибири участвовали 12 центральных акционерных банков, что отражало укрепление экономических связей Сибири и Европейской России. Местные и столичные банковские монополии кредитовали и контролировали деятельность 57 крупнейших предприятий Сибири с общим капиталом в 213 млн р. Вексельное кредитование достигло 6 % средств, привлеченных банковской системой в Сибири [18].

Еще в 1872 г. золотопромышленники В. И. Асташев, Г. Э. Гинцбург, Н. Д. Бенардаки, банкир Л. М. Розенталь, граф П. А. Шувалов и др. организовали в Екатеринбурге Сибирский торговый банк с основным капиталом в 2,4 млн р., 17 отделений которого действовали в Петербурге, Тюмени, Томске и Иркутске. Среди акционерно-коммерческих банков России ведущее положение занимали пять крупнейших: Русско-Азиатский, Петербургский международный коммерческий, Азово-Донской коммерческий, Русский для внешней торговли и Русский торгово-промышленный. Им принадлежало около 60 % основных активов и пассивов. К началу XX в. они, вкладывая огромные средства в кредитование торговли, финансирование промышленности, становились главными посредниками между зарубежными рынками и русской промышленностью.

Развивалась региональная структура государственной банковской системы. Начиная с середины XIX в. отделения Государственного банка возникли в Томске, Красноярске, Енисейске и Иркутске, в 1894 г. – в Тобольске, Тюмени и Чите, в 1895 г. – в Омске. Госбанк, аккумулируя значительные капиталы сибирской буржуазии, хранившиеся на текущих счетах и вкладах, направлял их в Европейскую Россию.

Развитие рыночной инфраструктуры не только ускорило темпы роста экономики страны, но и настроило внутренний рынок на западный манер: ярмарочная торговля сменилась биржевой, всецело подерживаемой правительством. К концу столетия наблюдался рост численности бирж при усилении их специализации (хлебные, яично-фруктовые и др.). Биржевые собрания превратились в крупнейшие организации предпринимательского сословия, ускорявшие ход хозяйственной жизни. Благодаря их усилиям началось широкомасштабное строительство товарных складов, элеваторов, холодильников, становление торговой статистики; на новых началах развивалось коммерческое и сельскохозяйственное образование. Наряду с этим биржевые



общества выполняли еще одну несвойственную им функцию – роль представительных учреждений. До начала XX столетия она являлась одной из важнейших в их деятельности. Вокруг наиболее крупных и влиятельных биржевых комитетов объединялись провинциальные биржи: влияние московского биржевого комитета распространялось на биржевые комитеты и предпринимательские организации Центрального промышленного района, Западной Сибири, Средней Азии и отчасти Дальнего Востока; нижегородского – на приволжские города Самару, Ярославль, Саратов.

Изменения в сфере торгового предпринимательства заключались в том, что со строительством железных дорог региональные рынки стали более доступными и, как следствие, стремительно рос ввоз в восточные районы страны металла, станков и земледельческих машин, керосина, тканей, сахара и вывоз продуктов сельского хозяйства, сырья. Экспортные поставки из Сибири за рубеж выросли с 8–10 млн р. в 1890-е гг. до 134 млн р. в 1907 г. Изменились формы и организация торговли: монополия купцов-оптовиков была подорвана, крупные ярмарки, в том числе знаменитая Ирбитская, потеряли ведущую роль, местные торговцы и кооператоры установили прямые контакты с торгово-промышленными фирмами. Формируется устойчивая сеть постоянных торговых заведений, возрастают их торговые обороты.

Усиление позиций деловых кругов вошло в противоречие с наметившимся креном в сторону государственного предпринимательства, чему способствовали военные программы (строительство броненосного флота, создание крупных военных заводов) и национализация железнодорожного транспорта. К началу XX в. наметилось ужесточение государственной политики в отношении предпринимателей. Конфликт между властью и капиталом перерастал в социальный взрыв основного социального класса государства – крестьянства, экономически скованного общинными отношениями [35].

Революция 1905–1907 гг. имела драматические последствия для экономики. Например, в Баку были почти полностью разгромлены нефтепромыслы, уничтожено 3/4 промыслового имущества. Политическая нестабильность привела к резкому снижению деловой активности: падению курса кредитных билетов, стоимости русских акций на иностранных биржах, торгового оборота и количества биржевых сделок. Усилился кризис кредитно-финансовой системы из-за пози-

ции иностранных вкладчиков, усиленно изымавших капиталы. Затяжной промышленный спад, разорительная Русско-японская война на фоне политической нестабильности привели к сокращению золотого запаса Госбанка и бюджетному дефициту. Все это поставило российские власти перед необходимостью проведения новой радикальной экономической реформы, основу которой составили столыпинские преобразования [68].

Аграрная реформа, нацеленная на создание частного мелкоотварного сословия в деревне, форсировала развитие отраслей промышленности, связанных с сельскохозяйственным производством. В результате Россия существенно расширила свои экспортные возможности, что позволило увеличить импортные закупки современной техники и технологий. Повышение эффективности сельскохозяйственного производства ускорило приток рабочей силы в индустриальные центры, расширило сырьевую базу промышленности. Однако общинное земледелие оставалось главенствующим: к 1916 г. из общины выделялась только четверть (2,5 млн) домохозяев, на долю которых приходилась лишь 1/7 часть общинных земель. Новых собственников в деревнях центральных районов оказалось мало. Основными производящими районами стали периферийные, где общий сбор хлеба увеличился на 1/4, возрастало производство основных экспортных товаров – льна, масла и яиц.

Благодаря строительству железной дороги в Сибирь с середины 1890-х гг. до 1914 г. переселилось 3 млн чел., преимущественно крестьян. В связи с массовым притоком мигрантов и более высоким естественным приростом численность населения в Сибири увеличивалась в два раза быстрее, чем в Европейской России. Это привело к росту предпринимательской активности и расширению посевных площадей, в первую очередь наиболее товарной культуры – пшеницы, составлявшей половину всех посевов. Сибирь обогнала к 1914 г. по производству хлеба Северный Кавказ, Закавказье и Среднюю Азию с Казахстаном, вывозила на внешние рынки десятки миллионов пудов зерна. По уровню применения сельскохозяйственных машин Сибирь занимала одно из первых мест в России. Здесь сбывалась 1/4 часть земледельческой техники, продаваемой в стране, сбытом ее занимались 18 отечественных и зарубежных фирм, имевших 600 торговых пунктов и 83 склада Переселенческого управления с сотнями отделений в деревнях и селах [68].

Главным направлением предпринимательства в аграрной сфере в Сибири стало производство товарного сливочного масла. Мелкотоварные сибирские хозяйства производили 90 % экспортируемого из России масла. В 1913 г. на более чем четырех тысячах заводов производилось 4,5 млн пудов масла на 68 млн р., что в два раза превышало стоимость добываемого за Уралом золота. Экспортом масла за границу занимались зарубежные и отечественные торговые фирмы и Союз сибирских маслодельных артелей, объединявший тысячи кооперативов. Сбыт сибирского масла в Англии, Дании, Германии и других странах осуществляли датские фирмы («Сибирская компания», «Паллизен», «Эсман»), английские («Юнион»), немецкие и др. В Омске масло скупали 14 иностранных и отечественных фирм, в том числе «Сибирская компания», которая имела в Сибири 38 отделений и вывозила до четверти всего экспортируемого продукта.

Сбыт сельскохозяйственных машин в России также находился в руках иностранных торгово-экспортных фирм, прежде всего американских. Господствующее положение занимала Международная компания жатвенных машин с основным капиталом в 120 млн долл., входившая в финансовую группу Моргана.

Массовые миграции крестьян в корне изменили характер и структуру предпринимательской деятельности в сибирской деревне и за ее пределами. Теперь предпринимательство основывалось не на почве присваивающих форм хозяйства (рыболовство, добыча и сбыт пушнины, лесные промыслы и др.), а на прочном фундаменте сельскохозяйственного производства крестьян-фермеров. Фермерское производство породило новую генерацию предпринимателей, специализировавшихся на товарном производстве масла, хлеба, мяса и других сельскохозяйственных продуктов, сбыте сельскохозяйственных машин и промышленных товаров с широким использованием кооперативных форм в сферах производства и обращения.

Экономический подъем создавал условия для быстрого распространения нового вида предпринимательства – кооперативного. Если на начало века имелось 1,6 тыс. кооперативов, то к февралю 1917 г., по подсчетам известного русского экономиста И. М. Туган-Барановского, их было уже 47 тыс., и они охватывали своей деятельностью около 84 млн чел., т. е. почти половину населения России. Для противодействия торгово-ростовщической кабале мелкие предприниматели

объединялись в производственные кооперативы, кредитные товарищества и потребительские общества. Наиболее ярким примером кооперативного предпринимательства стало сибирское маслоделение, которое с открытием Транссибирской железной дороги вышло на отечественный и мировой рынки. Через маслодельческие артели, минуя сельских ростовщиков и торговцев, сибирские товаропроизводители сбывали продукцию торгово-промышленным фирмам, которые вывозили ее в города Европейской России и на зарубежные рынки. У представителей фирм крестьяне закупали сельскохозяйственные машины, маслодельное и другое оборудование. В районах, удаленных от городов и железной дороги, в деревне по-прежнему господствовали сельский ростовщик и скупщик [66].

Если говорить об ориентации предпринимательства в промышленности, то в восточных регионах России развивались те отрасли, которые не представляли конкурентной опасности для промышленности Европейской России и соответствовали местным природным условиям. В первую очередь это были горнодобывающие отрасли (добыча золота, цветных металлов, угля и др.). Заинтересованная в сырье и рынках сбыта буржуазия центра страны не поощряла обработку сибирского сырья на месте, выступала против беспощинного ввоза товаров (порто-франко) в устья Оби и Енисея. Боясь конкуренции дешевого сибирского хлеба, помещики настояли на введении Челябинского тарифного перелома, по которому стоимость провоза повысилась, что сделало сибирский хлеб неконкурентоспособным. Политика буржуазии Европейской России сводилась к тому, чтобы допускать такое развитие товарно-капиталистических отношений в восточных регионах страны, которое способствовало бы сохранению их положения как источника сырья и рынка сбыта. Однако эта политика противоречила объективному ходу экономического развития.

Строительство сети железных дорог и массовое переселение изменили ориентацию предпринимательства в промышленности, ее структуру и размещение. К началу XIX в. на первое место выдвинулась обрабатывающая промышленность, и прежде всего пищевая (мукомольная, маслоделение, винокурение и др.). Вследствие строительства Транссибирской железной дороги потеряли значение Сибирский тракт и ранее сильно развитый извозный промысел, в связи с потребностями железнодорожного и водного транспорта быстро росла добыча угля.

С притоком отечественных и иностранных капиталов появились монополистические объединения в горной промышленности («Лензолото», «Российское золотопромышленное общество», акционерные общества «Сибирская медь» и «Драга», синдикат «Уголь», акционерное общество кузнецких каменноугольных копей и др.); в обрабатывающей промышленности (фирма «Алтайские мукомолы», курганские консервные заводы и т. д.); на транспорте (акционерные общества Алтайской и Минусинской железных дорог, пароходства «Иртыш», «Енисей»); в торговле (акционерное общество «Пушнина»); в банковском деле (консорциум для финансирования Ачинско-Минусинской железной дороги, картель Сибирского и Русско-Китайского банков и др.). Монополии возникали двумя путями: на базе роста тех отраслей местной промышленности, в которых совершался промышленный переворот, и в процессе подчинения мануфактурного и мелкотоварного производства монополиями из центра страны.

Месторождения минеральных ресурсов, выявленные в период проектно-изыскательской подготовки строительства Транссибирской магистрали, открыли благоприятную перспективу для развития горной промышленности. К концу XIX в. она давала более 60 % всей суммы стоимости промышленного производства. Результаты геологических исследований стимулировали частнопредпринимательскую активность. Центр ее интересов, ранее концентрировавшийся на расширении геологической базы золотодобычи, смещается в направлении исследований нефтегазоносности Сибири. Работы по поиску месторождений нефти и газа, первоначально сосредоточивавшиеся в Восточном Прибайкалье и Приангарье, в 1908–1913 гг. распространились на Алтай, затем в Прииртышье и Приобье, Минусинскую и Кузнецкую котловины. Наряду с осуществлявшими самостоятельный нефтепоиск в Сибири российскими предпринимателями в этот процесс включились также активы иностранного, в первую очередь французского и английского, капитала.

Подводя итог, необходимо отметить следующее:

1. Основным результатом хозяйственного развития России в дореволюционный период можно считать равновесие сил в отношениях государства и предпринимательства. Свободное предпринимательство, генерируя «предпримчивые хозяйственные единицы», по темпам экономического развития вывело Россию на уровень США, позволив обогнать другие страны.

2. Столыпинские преобразования подвели страну к важному рубежу – стабилизации не только хозяйства в целом, но и золото-товарного покрытия российского рубля. Инфляция составляла всего 1–2 % в год. Главным результатом развития России в пореформенный период явилось постепенное разрешение основного противоречия хозяйственной жизни – проблемы взаимоотношений власти и частной инициативы. Однако правительственная налоговая, кредитно-финансовая и таможенная политика, традиционно подчиненная интересам казны, не смогла обеспечить эффективное и массовое развитие предпринимательства, создание новых экономических структур.

3. История делового мира дореволюционной России показывает, что только равные партнерские отношения предпринимателей и государства ведут к стабилизации хозяйства, формированию качественно новой экономической среды, способной адекватно воспринимать рыночные институты. В то же время национальные особенности, вероисповедание на протяжении многих веков способствовали формированию особого типа делового поведения, помогавшего сохранить и умножить традиционные для страны формы и виды предпринимательской деятельности.

4. Развитие российского предпринимательства было прервано коренными революционными преобразованиями социально-экономической системы общества. О предпринимательстве в период Гражданской войны сколько-нибудь серьезно говорить не представляется возможным, следует лишь отметить, что цвет российского предпринимательства не принял революционных экономических преобразований и предпочел покинуть родину и реализовывать свой потенциал в эмиграции.

### **3.2. Предпринимательство в период новой экономической политики**

Восстановление рынка в качестве регулятора экономических процессов составляет основной момент всех реформ, объединенных общим названием новой экономической политики (НЭП).

Предпринимательская деятельность в этот период сосредоточилась преимущественно в сфере быстрой наживы, главным образом в области посредничества, торгово-снабженческих операций, аренды и некоторых других форм, обеспечивающих легализацию капиталов,

укрытых от конфискации, реквизиций и прочих изъятий, широко практиковавшихся советской властью с первых дней ее установления, особенно в годы Гражданской войны. Довольно быстрое и заметное пополнение внутреннего рынка потребительскими товарами в период НЭПа не отвечало основному требованию экономической стратегии социалистического строительства, в котором главная ставка делалась на превращение страны в крупную индустриальную державу.

Административное вмешательство в текущую хозяйственную деятельность предприятий допускалось законодательством в порядке исключения, хотя на практике стало нормой. Происходило оно по трем направлениям (программа, цены, сбыт) и осуществлялось через синдикаты. Специфической организационной формой промышленности периода НЭПа являлись тресты и синдикаты.

Тресты были образованы в соответствии с постановлением Совета труда и обороны от 12 января 1921 г. В них объединялись наиболее крупные, технически оборудованные, географически удобно расположенные и обеспеченные сырьем, материалами, рабочей силой предприятия. Тресты сформировались, когда аппарат государственной торговли еще не сложился и в посреднических операциях большую роль играли частные предприниматели. Поэтому и родилась своеобразная хозяйственная организация – синдикаты, органы нового типа, соединившие хозрасчетную деятельность с плановой работой. Начав с трестов, производивших предметы потребления, к концу 1923 г. они объединили до 50 % крупных трестов различных отраслей промышленности. Это было свободное, инициативное и добровольное объединение трестов в качестве пайщиков. Правления синдикатов были выборными от трестов [61].

Наиболее эффективной формой торговли оставалась частная. Она отличалась минимумом накладных издержек, хорошим качеством товара и актуальным ассортиментом. На частных предприятиях была самая высокая скорость обращения. Если в 1923/24 г. промышленные предприятия имели 1 р. банковского кредита на 10,7 р. оборота, то синдикаты – 8,5, потребительская кооперация – 24, сельскохозяйственная кооперация – 23, кустарно-промышленная кооперация – 19, частная торговля – 228 р.

Создание организованного рынка – сети товарных бирж – происходило по инициативе торговой общественности при поддержке

правительства. В июне 1921 г. в Саратове была открыта первая биржа, а 29 декабря 1921 г. – центральная товарная биржа. В короткий срок биржи доказали, что именно их аппарат способен наиболее эффективно и при минимальных затратах осуществлять торговое посредничество в межрайонном товарообороте. Возрождение института биржевых маклеров, занятых посреднической работой с товарами, нуждающимися в выявлении спроса и предложения, а также в котировке, в значительной степени способствовало преодолению товарного дефицита. Настоятельность потребности в биржах и рост их популярности выражались в быстром росте биржевой сети. В 1923 г. было зарегистрировано около 70 бирж, в 1924 г. – 100, а в октябре 1926 г. – 114. Биржевой оборот, составляя 90 % товарооборота, рос быстрыми темпами. С октября 1923 г. по октябрь 1924 г. месячные обороты выросли в 3 раза, а с октября 1924 г. по сентябрь 1925 г. – еще в 2 раза [61].

Содействуя восстановлению рыночных связей, биржи проводили большую работу по оздоровлению рынка и внедрению наиболее рациональных методов торговли. Повышению авторитета бирж способствовало осуществление принципа подлинной добровольности в их взаимоотношениях с торговыми организациями, обеспечение коммерческого интереса предпринимателей. Биржи осуществляли функцию объединения и укрепления единства рынка, чему способствовали и развитие межбиржевого оборота, и укрепление связей котировальных комиссий и информационных бюро разных бирж. Благодаря этому уже в 1924 г. можно было констатировать укрепление рынка, повышение его устойчивости, необходимой для нормализации ценообразования. Регулируя товарооборот и цены, механизм организованного оптового рынка противостоял монопольным тенденциям.

Опыт биржевой работы показал, что в организации рынка государственные органы не могут конкурировать с биржами и подменять их в силу чрезмерной сложности и громоздкости, несовершенства государственного механизма. Государственное регулирование экономических процессов в период восстановления рыночных отношений могло бы состоять, помимо правовой защиты коммерческого интереса предпринимателей, в планировании и проведении мероприятий по оздоровлению товарооборота и установлению правильной рыночной цены. Однако уже в 1924 г. усиливается курс на создание системы централизованного государственного ценообразования.



Колебания и непоследовательность в реализации новых экономических принципов связаны с постоянной борьбой сторонников администрирования, выступающих за введение жестких фиксированных цен, против самой идеи государственного регулирования экономики. В дальнейшей судьбе ценообразования определяющую роль сыграла XIII Всероссийская партконференция, которая выступила против усиления позиций частного предпринимателя. Политика вытеснения с рынка не поддающихся административной регламентации частных оптовых торговцев, цены которых свободно ориентировались на соотношение спроса и предложения и составляли необходимую основу биржевых котировок, подрывала саму сущность бирж как органа регулирования цен.

Для борьбы с частным капиталом предлагались такие меры, как максимальное сокращение вплоть до прекращения его кредитования госорганами, а также установление непосредственных связей частного торговца с государственными оптовыми органами, т. е. минуя биржу. Особые надежды возлагались на новый орган регулирования внутренней торговли. Организация в 1924 г. Народного комиссариата по внутренней торговле, контролировавшего основную массу товарных фондов страны, создала условия для подмены биржи административным органом, а рынка – государственной торговлей. Успех планирования прямо связывался с разрушением рыночных связей. Так, Н. И. Бухарин писал, что «...с вытеснением частных предпринимателей всевозможного типа и их частных хозяйств и по мере роста организованности и стройности хозяйства государственно-кооперативного, мы будем все более и более приближаться к социализму, т. е. к плановому хозяйству...» [14, с. 98].

Зарубежные предприниматели, иностранный капитал в форме концессий вопреки декларациям высшего советского руководства о глубокой и долгосрочной заинтересованности в партнерстве на практике лишь в единичных случаях получали возможность производственного функционирования. В разрешении многообразных вопросов партнерства с иностранным капиталом, начиная со стадии рассмотрения концессионных заявок, доминировали соображения политические, а не экономические. Концессионная практика не получила развития не только ввиду жесткой политической регламентации, но также в связи с определившейся к началу 1930-х гг. стратегией построе-

ния социалистической экономики. Одно из принципиальных положений этой доктрины указывало на вероятность опасного исхода партнерства с иностранным капиталом в сфере ресурсодобывающего производства. Крупномасштабное и долгосрочное сотрудничество в этой области могло обернуться превращением России в сырьевой придаток ведущих капиталистических стран.

Предпринимательский мелкий частный капитал, возродившийся в период реализации НЭПа, способствовал кратковременному всплеску в сфере производства потребительских товаров. Однако он оказался несостоятельным в решении задач развития крупного промышленного производства, индустриализации страны, и в этом аспекте истории и современности имеются вполне очевидные параллели.

### **3.3. Возрождение кооперативного предпринимательства в Советском Союзе**

Кооперативный уклад – первый рыночный уклад советской экономики – сыграл большую роль в возрождении предпринимательства в стране. На его основе появились ростки частнопредпринимательских форм деятельности, начал формироваться частный капитал.

Оценка перспектив развития кооперативного предпринимательства в экономике страны за время, прошедшее с момента возрождения кооперации, трижды меняла свои отправные точки. Изначально, в 1987–1988 гг., перспективы развития кооперативного сектора оценивались исходя из динамичного старта, высокой жизнеспособности, экономической активности возродившегося предпринимательства, незаполненности рынка товаров и услуг. По оценкам специалистов Госплана СССР, к 2000 г. доля кооперативного предпринимательского сектора могла составить 10 % от общего объема производства товаров и услуг. По отдельным товарам и услугам эта доля прогнозировалась до 50–60 %.

Быстрое развертывание кооперации в этот период было вызвано рядом причин. Основными из них были следующие:

- начавшиеся процессы демократизации и разгосударствления экономических отношений, выразившиеся прежде всего в том, что были разрешены некоторые виды негосударственной производственно-хозяйственной деятельности;

- дефицит товаров народного потребления и услуг и потребность в наращивании их производства;
- постепенное формирование правовой базы кооперативного движения (принятие ряда правительственных постановлений и Закона «О кооперации в СССР»).

Расширение кооперативного движения поддерживалось надеждой на быстрое реформирование всей экономики, и прежде всего государственного сектора, на создание предпосылок для развития рыночных отношений. Основанием для такой надежды послужили углубление хозрасчетных принципов деятельности государственных предприятий, появление первых арендных и акционерных предприятий, поиски путей реформирования хозяйственного механизма.

На этой базе и происходило быстрое развитие кооперативной деятельности в разных сферах народного хозяйства.

По сравнению с 1988 г., когда кооперативное движение сформировалось именно как экономическое движение, количество действующих кооперативов к 1991 г. возросло в 14 раз, численность работников, занятых в кооперативах, – в 38 раз. На начало 1991 г. в России действовало 134,6 тыс. кооперативов, в них было произведено товаров и услуг на сумму 42,8 млрд р. Доля кооперативов в общем объеме производства товаров народного потребления выросла с 0,4 до 2,9 %, в объеме розничного товарооборота (включая общественное питание) – с 0,6 до 1,1 %, в общем объеме реализации бытовых услуг населению – с 4,6 до 18,4 %.

Кооперативы начали выполнять чрезвычайно важную функцию, создавая основу развития отраслей по производству товаров народного потребления и оказанию услуг. Правда, реализация этой функции сдерживалась тем, что были запрещены многие сферы их деятельности и ограничен доступ к сырью, оборудованию, материалам и т. д. (разрешение покупки только в розничной торговле, высокие коэффициенты к ценам и т. п.).

За годы существования кооперативов под влиянием государственной политики наметились новые тенденции в структуре кооперативов по видам деятельности. Число кооперативов, производящих товары народного потребления, возросло за 4 года (1987–1990) почти в 13 раз и достигло своего пика.

Согласно постановлениям правительства и Закону «О кооперации в СССР» предполагалось развитие кооперативов, обслуживаю-

ших прежде всего население. Однако их деятельность не могла не распространиться на все сферы, в которых этим хозяйствам было выгодно работать. Появились кооперативы по выпуску товаров производственно-технического назначения. Увеличилось число строительных, сельскохозяйственных и научно-технических кооперативов. Кооперация доказала, что она может найти свою нишу практически в самых различных сферах народного хозяйства.

Однако вместе с ростом кооперативного движения появился ряд крупных проблем и противоречий как внутри самой кооперации, так и за ее пределами – в народнохозяйственных связях.

1. Частное предпринимательство стало активно использовать кооперативную форму. Теневая перекачка части государственных ресурсов в кооперацию, использование разницы между государственными и рыночными ценами, применение в кооперативах труда наемных работников и другие подобные факторы ориентировали деятельность кооперативов на максимизацию прибыли и доходов, деформировали социальные основы и принципы кооперации. Новая кооперация стала превращаться в конгломерат социально различных структур – от частнопредпринимательских до акционерных. В ней все меньше места занимали реальные кооперативные образования.

2. Возникли противоречия между новыми кооперативами и населением. Кооперация стала конкурентом населения в приобретении многих видов товаров (особенно стройматериалов, полуфабрикатов, ряда промышленных изделий). Расширение производственной и особенно торговой деятельности кооперации порождало или усиливало товарный дефицит многих видов продуктов в государственной торговле. Под кооперативы стали передаваться помещения бывших государственных магазинов, столовых и т. п. Особое недовольство населения вызывали высокие цены на продукцию кооперативов.

3. Развитие кооперации привело к углублению ряда противоречий в государственном секторе народного хозяйства, расшатыванию сложившихся систем ценообразования, безналичного оборота денег, централизованного материально-технического снабжения и т. п. Между государственным хозяйством и кооперацией возникла конкуренция за трудовые ресурсы, в которой кооперация выигрывала. Стало расти и социальное недовольство работников государственной сферы низким уровнем заработной платы.

Отсутствие целенаправленных и последовательно проводимых общеэкономических реформ вызвало деформирование рыночных механизмов, складывавшихся в ходе развития кооперации, ибо государственные регулирующие начала не были встроены в нарождавшийся рынок. Эта исходная ситуация негативно отразилась на становлении рыночных отношений и в последующем. Государство стало сдерживать, ограничивать рыночное влияние кооперации на государственный сектор.

Противоречия и проблемы развития кооперации, как и той среды, в которой она существовала, быстро сказались на ее структуре и тенденциях развития. Эти противоречия и трудности затронули практически все виды кооперативов.

Пик роста кооперативов по бытовому обслуживанию населения, торговых, торгово-закупочных и медицинских пришелся на 1990 г., а в 1991 г. их число уже начинает снижаться. Это объяснялось трудностями при аренде оборудования, отношением ведомств к развитию кооперативов в соответствующих отраслях, высокими налогами, необходимостью давать крупные взятки, ограничениями, исходящими от государственных структур, и т. п.

На кооперативы по заготовке и переработке вторичного сырья правительством возлагались большие надежды. Однако они имели весьма незначительный удельный вес в общей численности кооперативов, который к тому же постоянно снижался: в 1987 г. – 5,5 %, в 1988 г. – 2,8, в 1989 г. – 1,9, в 1990 г. – 1,4, в 1991 г. – 1,1 %. Это объяснялось отсутствием современных трудосберегающих технологий, ограничениями в развитии кооперативов в фондопроизводящих отраслях.

Развитие кооперации в науке, инженерной деятельности и других видах научного обслуживания было связано с повышением роли научных разработок во всех сферах, в том числе в экономической и правовой, в связи с переходом многих предприятий на новые условия хозяйствования. Рост парка импортного оборудования, компьютеризация производства повысили потребность в инженерных, производческих и тому подобных видах услуг.

Возникновение уже первых элементов рыночных отношений породило потребность в торгово-закупочной и посреднической деятельности. На советском потребительском рынке торговля всегда находилась в недоразвитом состоянии. Направив усилия на развитие торгово-закупочной

сферы, кооперация оказалась лицом к лицу с населением, реагирующим на малейшее повышение цен, особенно на продовольствие и товары широкого потребления. Под давлением общественного мнения Верховный Совет СССР принял решение об ограничении деятельности данного вида кооперативов. Это дестабилизировало ситуацию в кооперации в целом, поскольку показало, что, несмотря на существующий Закон «О кооперации в СССР», может быть принято любое решение, в том числе и запрещающее ее.

По мере нарастания запретительных тенденций перспективы кооперативного предпринимательства стали связывать не столько с экономическими, сколько с политическими процессами, происходящими в стране. Появился выбор форм свободного предпринимательства. Самой привлекательной оказалась не кооперация, а аренда. Арендные предприятия имели гарантированное материально-техническое обеспечение. Процесс преобразования госпредприятий в кооперативы практически приостановился.

Возрастала экономическая дифференциация кооперативов. Это явление, нормальное для рыночных условий, в значительной мере было связано с ухудшением ресурсной базы развития кооперативного предпринимательства. Первая генерация кооперативов, стимулируемая правительственными решениями и Законом «О кооперации в СССР», основывалась на использовании тех ресурсов, которые лежали на поверхности (например, государственные убыточные предприятия, арендованные кооперативами или переведенные на кооперативные начала). Затем материальное обеспечение кооперативов усложнилось. Возникла проблема отвода земель под строительство кооперативных объектов. Для кооперации не оставалось свободных, нефондируемых ресурсов, не получила развития рыночная оптовая торговля и т. п. [20].

Все это заставило кооперативы искать такие виды деятельности, которые не требуют крупных материальных затрат. Вследствие необходимости поиска эффективных производств и услуг, возможностей быстрой замены невыгодных видов деятельности выгодными, а также под влиянием тех условий, в которые кооперативы были поставлены различного рода ограничениями, наметилась тенденция к диверсификации деятельности в рамках одного кооператива. Многопрофильные кооперативы оказались наиболее конкурентоспособными, и некоторые из них позднее превратились в крупные предпринимательские структуры.

Усилилось социальное расслоение предпринимателей, и начался распад кооперации на ряд самостоятельных некооперативных форм. Произошла дифференциация в положении кооперативов, набравших силы и средства на первых этапах развития кооперативного предпринимательства, завоевавших рынок фактически в условиях монополии производства продукции или оказания услуг, и тех, которые вновь создавались. Первые направляли усилия на организацию союзов, создание акционерных и совместных предприятий, вели внешнеэкономическую деятельность. Вторые часто не могли начать хозяйственную деятельность и вынуждены были вскоре закрываться.

С середины 1990 г. в результате выборов в местные и республиканские Советы изменилась расстановка политических сил. Стали доминировать демократические тенденции как в политике, так и в экономике. Был взят курс на ускоренное введение рынка. Законодательством о малых предприятиях, акционерных обществах, обществах и товариществах с ограниченной ответственностью был признан институт частной собственности.

Отсутствие культуры частнопредпринимательской кооперативной деятельности, сращивание «кооперативной верхушки» с государственным аппаратом и проявившиеся противоречия в государственном хозяйстве и обществе привели к тому, что в 1991 г. кооперация вступила в этап свертывания и перерождения кооперативной формы предпринимательства.

Началось давление на кооперативы с целью смены кооперативной формы на частную или частно-коллективную. В этом проявилась новая идеологизация экономических отношений. Развернулось преобразование части кооперативов в различные виды частных и коллективных предпринимательских структур, в регионах проводилась обязательная перерегистрация кооперативов в товарищества с ограниченной ответственностью. За 1991–1992 гг. общее количество кооперативов сократилось в 3 раза, число кооперативов, производящих товары народного потребления, – в 3,6 раза, товары производственно-технического назначения – в 1,8 раза, кооперативов по бытовому обслуживанию – в 5,6 раза, строительных – в 2,5 раза, медицинских – в 4 раза.

Фактически исчезла правовая база развития кооперации. В российском законодательстве не осталось понятия «кооперация». В Законе РСФСР «О собственности в РСФСР» были признаны частная, го-

сударственная, муниципальная собственность, а также собственность общественных объединений (организаций). В Законе РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» организационно-правовые формы предприятий были представлены государственными предприятиями, муниципальными, индивидуальными (семейными) товариществами, а также товариществами с ограниченной ответственностью – акционерными обществами закрытого типа, акционерными обществами открытого типа, объединениями предприятий, филиалами и представительствами предприятий, предприятиями, созданными на основе аренды и выкупа имущества трудовыми коллективами.

Иногда товарищество с ограниченной ответственностью или акционерное общество закрытого типа отождествляется с кооперативом. Но кооператив основан на членстве, связанном с трудом самого члена кооператива, в то время как владение долей капитала вовсе не предполагает обязанности такого труда. Кооператив – открытая хозяйственная форма.

Новая кооперация сыграла важную историческую роль как источник возрождения в стране предпринимательского сектора экономики и послужила базой для возникновения ряда частных и частно-коллективных хозяйственных форм, в совокупности составляющих значительную долю сложившейся сейчас сферы малого бизнеса. Основная часть преобразованных (перерегистрировавшихся) кооперативов (ориентировочно около 2/3) превратились в частные предприятия и общества с ограниченной ответственностью.

Недостатки в становлении кооперативного предпринимательства и свертывание самой кооперативной формы предпринимательской деятельности были связаны со следующими причинами:

1. Кооперативное предпринимательство как рыночный вид хозяйства при отсутствии к началу 1990-х гг. минимально необходимого для него уровня рыночных отношений и инфраструктуры не могло раскрыть свой предпринимательский потенциал и неизбежно деформировалось.

2. Сложившийся хозяйственный механизм не обеспечил относительно равных экономических и правовых предпосылок для развития всех форм хозяйственной деятельности. Кооперативное предпринимательство, имея определенные преимущества перед государственным хозяйством по уровню свободы экономической деятельности,



оказывалось в несравненно худших условиях по ресурсному обеспечению, возможностям распространения во многих сферах экономики и т. д. Это стимулировало расширение теневых отношений, включение в них и кооперативного, и государственного хозяйства.

Таким образом, перерождение кооперативного предпринимательства явилось следствием не его несоответствия сущностным чертам предпринимательской деятельности, а совокупности субъективных и, соответственно, преходящих факторов, влияние которых можно преодолеть или ослабить мерами государственного регулирования предпринимательской деятельности.

Пренебрежение культурно-исторической традицией национального хозяйства, неподготовленность массового сознания к реформам, проводимым по европейскому образцу, явились причиной того, что экономическая политика приняла форму подражания «правильным» моделям, а не осмысленной и целенаправленной деятельности. При разумной экономической политике, учитывающей национальные хозяйственные традиции (о которых было сказано выше), включается механизм саморегуляции, который имеет глубокие национальные корни и не может быть заменен никакими рационально продуманными мерами, как бы тщательно они ни были подготовлены. Механизм саморегуляции выполняет функцию поддержания творческого хозяйственного начала и социально-политического равновесия в обществе [20].

Национальная хозяйственная идея, необходимость которой теперь столь очевидна, не может быть продуктивной без связи современной экономики с национальной культурной и вытекающей из нее экономической традицией.

### **3.4. Развитие предпринимательства в условиях малого бизнеса России в конце XX – начале XXI в.**

В России малое предпринимательство в силу целого ряда объективных факторов имеет ярко выраженную региональную специфику, ориентируясь в развитии предпринимательской деятельности прежде всего на потребности местного рынка, объем и структуру локального спроса. Следует отметить неравномерность развития малого предпринимательства в различных регионах страны, что видно из данных, приведенных в табл. 2.

Динамика развития малых предприятий определяется как объективными факторами, такими как, например, особенность отраслевой структуры экономики региона, так и субъективными, в первую очередь активностью государственной поддержки малого предпринимательства в регионе и целевой направленностью экономической политики региональных органов власти и управления.

Таблица 2

Показатели развития малого бизнеса в федеральных округах  
(по состоянию на 2008 г.)

| Федеральный округ | Число МП* на 100 тыс.<br>населения | Доля занятых на МП*<br>в общей численности<br>занятых, % |
|-------------------|------------------------------------|--|
| Южный             | 174,7                              | 15,2   |
| Северо-Западный   | 232,6                              | 15,3   |
| Сибирский         | 232,2                              | 13,2   |
| Приволжский       | 194,4                              | 13,2   |
| Центральный       | 221,0                              | 11,8   |
| Уральский         | 91,5                               | 7,7  |
| Дальневосточный   | 214,3                              | 10,7   |

\* МП – малое предприятие.

Абсолютным лидером по количеству и темпам роста малых предприятий является Москва, где их более 20 % от общего количества малых предприятий в России (данные за 2000 г.). В структуре московских малых предприятий, по сравнению с общероссийскими, значительно преобладают предприятия в сфере науки и научного обслуживания (13 % от общего числа малых предприятий в Москве и 36 % всех предприятий данного профиля в России). Аналогичную ситуацию следует отметить в Новосибирской области, где удельный вес малых предприятий этого профиля составляет 12 %. В структуре малых предприятий Москвы предприятия торговли и общественного питания составляют 20 %, а предприятия общекommerческой деятельности по обслуживанию рынка – 18 %.

В Санкт-Петербурге количество малых предприятий значительно меньше – около 63 тыс., при этом сохраняется высокий удельный вес предприятий в сферах промышленности (21 %), строительства

(20 %), науки (12 %), торговли и общественного питания (29 %), что характерно и для целого ряда других регионов России.

Значительное количество малых предприятий в настоящее время действует в Московской области (более 40 тыс.), Краснодарском крае (почти 30 тыс.), Тюменской области (около 27 тыс.).

В то же время в ряде регионов, например в Волгоградской, Псковской, Костромской, Орловской, Смоленской, Тамбовской областях, Республике Марий Эл, Мордовии, Калмыкии, Карачаево-Черкесии, Тыве, количество малых предприятий не превышает 2–3 тыс.

В большинстве субъектов Российской Федерации малые предприятия сосредоточены в административных центрах и крупных городах, в то время как в малых и средних городах и в сельской местности их количество значительно меньше. Например, в Омской области 85 % этих предприятий созданы и действуют в областном центре, где больше трудовых ресурсов и шире потребительский рынок. В Волгоградской области более 80 % малых предприятий сосредоточены в Волгограде и Волжском. В Московской области количество малых предприятий в пять раз меньше, чем в Москве, при сопоставимой численности населения.

Неравномерна и концентрация трудовых ресурсов в сфере малого бизнеса. Так, в Центральном районе на малых предприятиях занято около 30 % от общей численности работающих в этом секторе в России.

На основании динамики численности занятых в секторе малого предпринимательства и количества малых предприятий по большинству регионов России прогноз развития малого бизнеса на ближайшую перспективу является неблагоприятным. Как было отмечено в аналитическом докладе Государственного комитета по антимонопольной политике РФ, в выступлениях и публикациях известных отечественных ученых, дальнейшее развитие ситуации без активного и позитивного вмешательства государства может привести к свертыванию малого сектора экономики и росту социальной напряженности [20].

Малый бизнес в России обладает некоторыми особенностями, отличающими его от малого предпринимательства большинства зарубежных стран. Наиболее значимыми из них являются следующие:

- совмещение в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности, т. е. диверсификация;
- низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта, невысокая культура рыночных отношений;

- стремление к максимальной самостоятельности, в то время как значительная часть зарубежных малых предприятий работает на условиях субподряда, франчайзинга (прил. 2) и т. п.;

- общий низкий технологический уровень и низкая техническая оснащенность в сочетании со значительным инновационным потенциалом;

- высокий уровень квалификации занятых в сфере малого предпринимательства кадров в связи с оттоком специалистов из государственного сектора экономики;

- высокая степень приспособляемости к сложной экономической обстановке, усугубляемой дезорганизацией в системе государственного управления и криминализацией общества;

- работа в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитость системы информационных, консультационных услуг;

- неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;

- стремление успешно функционирующих малых предприятий выйти за рамки локальных рынков, в том числе и на международные рынки.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить следующее:

1. Развитие предпринимательства предполагает использование не только всего позитивного опыта эволюции рыночной экономики, но и уроков (как положительных, так и отрицательных) отечественной хозяйственной практики.

2. Необходимыми признаками предпринимательства являются экономическая свобода и самостоятельность (наличие у хозяйствующего субъекта определенной совокупности прав, гарантирующих самостоятельное принятие решений, поиск и выбор вида, форм и сферы экономической деятельности).

3. Предпринимательская деятельность ориентирована на трудовое достижение коммерческого успеха, получение прибыли в результате вложенного труда.

4. Необходимыми условиями осуществления предпринимательской деятельности являются определенная экономическая среда и социально-политический климат, которые могут реально обеспечить развитие самостоятельности, инициативы, свободу хозяйственного выбора.

## **Глава 4. НРАВСТВЕННО-РЕЛИГИОЗНЫЕ, ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ, ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ**

---

### **4.1. Нравственно-религиозные и историко-географические факторы формирования и развития предпринимательских качеств личности**

Нравственно-религиозные, экономико-географические и институциональные черты национального хозяйства определили специфику развития предпринимательства в России. Этим вопросам уделялось значительное внимание в работах известных российских ученых, таких как С. Н. Булгаков, М. И. Туган-Барановский, П. Б. Струве, А. В. Чаянов и др. Анализ работ по рассматриваемой проблеме и проведенное исследование характера хозяйственной деятельности и особенностей формирования предпринимательства в России позволили выявить:

- качества личности «экономического человека» – предпринимателя с его пониманием цели хозяйственной деятельности, вытекающей из системы ценностей данной цивилизации и потому принимаемой им и обществом в целом;
- экономико-географические факторы хозяйственной деятельности, определяющие отраслевую и региональную структуру хозяйства, предпринимательскую активность самостоятельного населения, интенсивность общехозяйственных и местных рынков, масштабы внешних связей;
- институциональные особенности, оформляющие и поддерживающие предпринимательскую деятельность, в том числе роль государства, обусловленный культурой уровень правовых отношений в обществе, отношения собственности и т. д.

Роль человека классическая политическая экономия связывает с понятием «экономического человека». А. Смит, впервые предложивший это понятие в своем труде «Исследование о причине и природе богатства народов», представлял его в единстве с нравственно-этическими ценностями, рассмотренными им в работе «Теории нравственных чувств». Однако впоследствии экономическая теория прене-

брегла данным аспектом «экономического человека», и утвердилось абстрактное представление о человеке, «...который живет, стремясь к наибольшей выгоде с наименьшими издержками; это – счетная линейка, с математической правильностью реагирующая на внешний механизм распределения и производства, который управляется своими собственными железными законами» [60, с. 275].

Факторы, определяющие сходство и различие национального характера «экономического человека» России и Запада, многообразны. Основными из них являются истоки и история формирования личности, понимание свободы – основной личностной и хозяйственной характеристики капиталистического хозяйства.

Общей духовной основой России и Запада было христианство. Оно являлось той духовной силой, на которой был утвержден фундамент всей европейской культуры. Но в рамках христианского мировоззрения исторически выделились западное и восточное направления – католичество и православие, каждому из которых присущи существенные для формирования личности и общества особенности.

В пределах христианской цивилизации сформировались разные типы личности. Идея правового устройства социальной жизни на Западе воспитала в человеке рационализм, прагматизм, направленный на моральное совершенствование, и индивидуализм. Религиозность жизни России, движение нестяжателей, раскол, деятельность монастырей и многое другое формировали личность русского человека, его отличное от западноевропейского понимание смысла и основных принципов хозяйственной деятельности [13].

Известный русский философ Н. А. Бердяев писал: «Необъятность русской души, отсутствие границ и пределов выразились в строении русской души. Можно было бы сказать, что русский народ стал жертвой необъятности своей земли, своей природной стихийности» [10, с. 63]. Не случаен в этом плане факт возникновения и утверждения капитализма и его движущего момента – предпринимательской деятельности – на базе протестантской этики, трактующей труд как высшую добродетель, а богатство – как благословение Божье. Наиболее системно эту взаимосвязь выразил М. Вебер, предложив методологию, связывающую мотивационные этические ценности с экономическим ростом и культурно-историческим своеобразием западной цивилизации, уровнем развития частной инициативы и ответственности.

В качестве примера можно сослаться на лучшие произведения мировой классической литературы, с большой социально-психологической точностью и научной достоверностью отобразившие характерные черты экономического поведения субъектов в различных общественно-экономических условиях. Так, образ балзаковского Гобсека являл собой предельно обобщенный тип зарождавшегося французского ростовщика-капиталиста. Совсем иной характер экономического поведения проявляет тургеневский Хорь, успешно хозяйствующий мужик, вполне способный выйти в купцы, но предпочитающий оставаться крепостным у барина. По замечанию известного русского экономиста М. И. Туган-Барановского, характер развития промышленности в России определяется именно отсутствием зажиточного и многочисленного класса мелких предпринимателей [66].

В экономической литературе многими авторами отмечалась роль религиозного сознания в формировании этических норм и мотивации предпринимательской активности. Подчеркивалось значение природно-языческого элемента в русском православии, старообрядческой традиции в становлении деловой этики и всего жизненного уклада российских предпринимателей дореволюционной поры.

В первой половине XIX в. почти все крупнейшие торговые и промышленные фирмы Москвы – Морозовых, Гучковых, Рябушинских, Прохоровых и др. – находились в руках старообрядцев. Сфера влияния старообрядцев распространялась не только на Москву, им принадлежали многие железоделательные заводы в Приуралье, мукомольное производство в Нижнем Новгороде, рыбные промыслы на Волге. Со временем сложились целые старообрядческие экономические районы со своими промыслами, ремеслами, торговлей и промышленностью: в Тверской губернии развивалось кожевенное дело; в Архангельской и Вологодской губерниях находились почти все лесные и рыбные промыслы; в Олонецкой губернии в конце XVII в. возникла знаменитая Выгорецкая поморского толка обитель [13].

Известный русский философ Н. О. Лосский писал об обусловленности основных деловых качеств свойствами русского национального характера. Исторически характер экономического поведения в России формировался в условиях политической несвободы в сочетании с безграничной внутренней свободой, полным пренебрежением формальными гражданскими правами: на Руси любой человек, будь

он холоп, крепостной или барин, – все равно раб Божий. Собственно, богатство оправдывалось православием лишь как возможность творить милостыню [35, с. 82]. Что касается современных исследований этого аспекта деловой активности и предприимчивости в нашей стране, то можно привести высказывание В. В. Радаева: «Побеги протестантской этики вряд ли привьются на российском стволе, и православие не имеет непосредственного отношения к экономике» [52, с. 65].

Этика и хозяйственная практика человека – две различные стороны его жизнедеятельности. Традиционные нравственные ценности российского общества сложились на основе общинных начал жизнедеятельности человека под влиянием культуры Востока с его иррациональным мироощущением и характеризуются подчинением интересов индивида интересам общества. Поведение «экономического человека» в западной исторической традиции было направлено на получение личной выгоды. Общепринятым в экономической науке является утверждение о том, что экономическое развитие может быть определено общими законами естественнонаучного прогресса, и прежде всего теми, которые ведут к рациональному использованию ресурсов и времени.

Ядро русской культуры составляло внутреннее преобразование личности. Оно обусловило такие свойства личности, как совесть, самоуглубленность, коллективизм, нравственный максимализм, целостное восприятие мира (органичное слияние истины и добра, знания и веры). Различие в типах личности предопределило различие субъектов хозяйствования и особенности формирования предпринимательства в России.

На развитие предпринимательства наложил определенный отпечаток и неоднородный этнический состав населения. Формирование предпринимательской среды осуществлялось под влиянием специфики деловой активности представителей национальных меньшинств России. Например, существовавшие в Российской империи правила расселения в пределах «черты еврейской оседлости» ограничивали распространение еврейских предпринимателей в глубь страны. В Сибири более трети из числа крупных предпринимателей были нерусскими по национальности. Значительными по численности были группы татарских предпринимателей (Абдулманов, Яруллин), польских (из ссыльных поляков – Мыслинский, Цявловский, Ясинский,



городской голова Томска Цибульский), еврейских (Каган, Фуксман), бурятских (Бадмаев, Давданов, Цыренов), якутских (Никифоров, Слепцов), среди иностранцев преобладали немцы (Доренберг), англичане (Гуллет), датчане (Рандруп).

Западноевропейское и русское общества проистекают из особого понимания свободы хозяйственного труда, воспитания внутреннего суверенитета личности, базирующегося на свободе воли. Этот мощный импульс был порожден христианством. Однако идея свободы имела разные формы исторического воплощения. Индивидуализм и связанная с ним свобода – основная личностная черта западноевропейского предпринимателя. Свобода обеспечивается формализованными правами человека, предполагающими определенный тип поддержания согласия в обществе. Формула «действуй и не навреди другому» признается нравственным законом, является источником морали [10].

Свобода личности «...как высшая ценность, при свете которой и дается сравнительная оценка разных хозяйственных форм, характерна и для русского менталитета», – отмечал С. Н. Булгаков [13, с. 252]. Понимание свободы и ее ценности закреплялось в русском человеке при помощи определенных этических норм, признавалось правительством и фиксировалось в реформах в процессе экономической либерализации (для дворянства – с середины XVIII в., для крестьянства – с середины XIX в.).

В Европе в процессе либерализации формировались экономические свободы прежде всего для среднего сословия, явившегося основным источником предпринимательской активности и развития рыночной экономики Запада. Попытки создания такого сословия в России с опорой на различные слои общества, еще с екатерининских времен, заканчивались неудачей. Именно эта проблема в настоящее время является актуальной и для российской хозяйственной жизни.

Формирование и творческая реализация национального менталитета находятся в тесной зависимости от экономико-географических особенностей национального хозяйства. Специфика России такова, что можно говорить о существовании особого мира экономики, занимающего, по определению Ф. Броделя, часть Вселенной, экономически самодостаточный «кусочек» планеты, которому его внутренние связи и обмены придают определенное органическое единство [15].

Фундаментальным фактором хозяйственного мира России являются ее огромные пространственные масштабы, которые наряду с другими факторами: богатством природных ресурсов, характером ландшафта, климатическими особенностями, малой плотностью расселения – определили экономико-географическую, геополитическую самобытность России и ее отличия от Европы, наложили неповторимый отпечаток на все хозяйство страны и возможности осуществления предпринимательской деятельности.

Таким образом, можно отметить следующее:

1. Богатство природных ресурсов, а также колоссальные размеры страны сформировали обширный внутренний рынок, создали предпосылки хозяйственной самодостаточности внутреннего экономического пространства и обусловили меньшие выгоды для внешней торговли.

2. Существенная особенность России по сравнению с Европой – малая плотность расселения. В странах континентальной Европы она колеблется в пределах 70–350 чел./км<sup>2</sup>, в России составляет в среднем 8 чел./км<sup>2</sup> (данные на начало 1990-х гг., в настоящее время она значительно ниже). Наличие в России огромных неосвоенных территорий определило доминирование экстенсивного типа хозяйствования. Относительно суровый климат в сочетании с пространственной протяженностью территории обусловил необходимость коллективного (общинного) хозяйствования.

3. Община как хозяйственная форма сохранилась в России до начала XX столетия и оказала значительное влияние на формирование морально-этических норм и экономической культуры как источника мотивации предпринимательства.

#### **4.2. Психолого-педагогические условия формирования предпринимательских качеств личности**

Зарубежные ученые обратили внимание на то, что психологические черты, наиболее часто встречающиеся у предпринимателей, проявляются уже в достаточно раннем возрасте, в связи с чем возникает вопрос: являются ли данные особенности врожденными или приобретаются как-то иначе? «Предпринимателями не рождаются, ими становятся», – так резюмировал итоги многочисленных исследований аме-

риканский психолог Р. Хизрич [72, с. 35]. Он считает, что не существует типичного предпринимательского профиля личности.

Исследования зарубежных ученых и приведенные нами данные показывают, что в большинстве случаев склонность к предпринимательству основывается на таких качествах личности, как самостоятельность, склонность к разумному риску, инициативность, высокая работоспособность.

Многие зарубежные исследователи считают, что существенную роль в создании предпосылок для формирования качеств личности предпринимателя играют обстоятельства и условия семейного воспитания.

Известный психолог Д. К. Мак-Клелланд предложил мотивационную модель предпринимательской деятельности, в основе которой лежит тезис о том, что добиваются наибольшего успеха те предприниматели, мотивация действий которых заключается в стремлении к соревнованию с определенным стандартом высочайшего качества. С его точки зрения, такая направленность личности формируется в раннем возрасте. Роль семейного воспитания Д. К. Мак-Клелланд видит в целенаправленном развитии у ребенка уверенности в себе, ориентации его на личный успех, независимость. Его исследования показали, что молодые люди с высоким уровнем мотивации достижения предпочитают в будущем профессии в сфере бизнеса.

В качестве личностной характеристики предпринимателя многие западные психологи называют самостоятельность, т. е. восприятие себя хозяином своей судьбы, уверенность в возможности личности влиять на обстоятельства своей жизни. Интересны данные американских исследований женщин-предпринимателей, которые показали, что в основной своей массе они происходят из семей, где родители рассматривали воспитание ребенка как задачу первостепенной важности по сравнению со всеми остальными видами своей деятельности и где преобладали ценности независимости, стремления к достижению, ответственности за свою судьбу.

Западные исследователи отмечают, что предпринимательские качества личности не являются врожденными, они формируются под воздействием тех или иных обстоятельств или условий. Чаще всего к этим качествам авторы относят независимость, самостоятельность, инициативность, ответственность с высоким уровнем контроля, умение

преодолевать трудности и препятствия, трудолюбие. Возможность формирования этих качеств личности зарубежные ученые рассматривают, начиная с детского возраста.

Найти фундаментальные переменные личности можно, считает Н. И. Рейнвальд, лишь опираясь на всестороннее изучение и классификацию целостных актов деятельности с присущими ей доминантными состояниями. Он выделяет пять доминирующих качеств личности: ответственность, трудолюбие, коллективизм, любознательность, эстетичность.

Используя системный подход к изучению формирования и развития личности, Л. И. Анциферова выделяет два ведущих качества: ответственность и активность; А. И. Крупнов – три качества: активность, саморегуляцию, направленность.

Психологическая природа качеств личности заключается в том, что они выступают на первый план, когда речь идет об определении роли и функций человека в обществе, об активности его действий, о том, насколько он осознает свое место в обществе.

Одним из доминирующих качеств личности предпринимателя исследователи называют трудолюбие. Рассмотрим это качество, опираясь на исследования отечественных ученых П. Р. Атутова, С. Я. Батышева, Ю. К. Васильева, П. П. Голубева, В. А. Полякова, а также на работы А. С. Макаренко, В. А. Сухомлинского.

Высокий профессионализм, мастерство в любом деле могут быть достигнуты посредством большого труда, осознания его первой жизненной необходимостью (Е. А. Климов, Э. Г. Костяшкин, В. Ф. Овчинников, З. И. Файнбург).

Трудолюбие занимает ведущее место в структуре качеств личности, а воспитание трудолюбия, как отмечают П. Р. Атутов и В. А. Поляков, является одной из важнейших предпосылок профессионального становления личности [50].

Психологическое содержание труда и его роль в воспитании молодежи рассматривали Е. А. Климов, К. К. Платонов, В. В. Чебышева; формирование трудолюбия освещали Э. Г. Костяшкин, М. Н. Скаткин, И. Д. Чернышенко; воспитание трудолюбия в учебной и внеучебной деятельности учащихся разных возрастных групп исследовали Б. Д. Адашкина, В. М. Малькова, И. Ф. Свадовский.

Говоря о трудолюбии, авторы выделяют его составляющие: В. А. Малькова, А. А. Люблинская, Л. Я. Болдырев отмечают эмоциональный

компонент «радость труда»; Я. З. Неверович, В. А. Яковлев – волевой и оценочный компоненты: настойчивость, аккуратность, бережливость. К основным компонентам трудолюбия относят знания, умения, навыки, стремление к труду, целеустремленность, настойчивость, терпение [53].

В настоящее время отечественная философия обеспокоена проблемой «этического вакуума» в трудовой сфере, проблемой отношения к труду в рамках предпринимательской деятельности. Настораживает тот факт, что у современных подростков формируются искаженные представления о бизнесе и предпринимателях. Социологические исследования показывают, что у старшеклассников и студентов младших курсов преобладают романтические представления, в соответствии с которыми «герои-предприниматели», не затрачивая усилий, добиваются больших успехов. Согласно исследованиям Н. И. Лапина и М. В. Розина, подростки, говоря о предпринимательстве, основной целью этой деятельности видят обогащение. В этом проявляется так называемый функциональный подход, с позиции которого этический аспект бизнеса рассматривается утилитарно, с опорой на принцип выгоды для себя, при этом возможность труда сводится к минимуму.

Как отмечает В. Г. Разумовский, в настоящее время налицо все факты ранней психологической готовности молодежи к предпринимательской деятельности, однако одной из предпосылок ее успешности является необходимость педагогического управления вхождением подростков в эту сферу деятельности.

Наряду с трудолюбием основным предпринимательским качеством личности, как отмечают исследователи, является самостоятельность [5]. Трудолюбие и самостоятельность обладают схожими компонентами, что позволяет отнести их к одной категории понятий.

Самостоятельность, по мнению Н. Г. Алексеева, характеризуется двумя факторами: во-первых, совокупностью средств, знаний, умений, навыков, которыми обладает личность; во-вторых, отношением человека к своей деятельности, ее результатам и условиям осуществления, а также складывающимся в процессе этой деятельности связям с другими людьми. Эти факторы взаимосвязаны. Если задача вызывает у индивида побуждение, то налицо мотивационная установка личности; с другой стороны, без соответствующих знаний не может быть самостоятельности, иначе, по мнению Н. Г. Алексеева, будет не самостоятельность, а самодеятельность [5, с. 186].

В качестве мотивов самостоятельности З. Ф. Пономаренко и Н. Г. Алексеев выделяют побуждение к труду, интерес к труду, интерес к изучаемому предмету и общественно-практическую значимость осуществляемой деятельности.

Психологические аспекты самостоятельности рассматриваются в работах Л. С. Выготского, В. В. Давыдова, К. К. Платонова, С. Л. Рубинштейна. Роль самостоятельной работы в познавательной деятельности школьников раскрыта в работах И. Я. Лернера, П. И. Пидкасистого, М. Н. Скаткина, Т. И. Шамовой. Развитие самостоятельности у учащихся разных возрастных групп в учебной деятельности исследовано Н. Г. Алексеевым, А. Р. Гинзбургом, В. Г. Оливадзе; во внеурочной работе (дополнительном образовании) – Е. П. Белозерцевым, З. Ф. Пономаревой, Т. Н. Тищенко.

Обобщив точки зрения перечисленных авторов, в структуре самостоятельности можно выделить такие компоненты, как знания, умения и навыки; возможность действовать без посторонней помощи (постановка новых задач, определение путей их решения, внесение в деятельность собственных элементов); обоснованная устойчивость взглядов, интерес к труду, настойчивость и целеустремленность.

Говоря о качествах личности предпринимателя, исследователи наряду с трудолюбием и самостоятельностью выделяют инициативность.

Слово «инициатива» в переводе с латинского означает «начинать, делать первый шаг в каком-либо деле». В «Толковом словаре русского языка» инициатива трактуется как почин, внутреннее побуждение к новым формам деятельности, предприимчивость [45]. В «Педагогической энциклопедии» под инициативностью понимается «...черта личности, характеризующая способность и склонность к активным самостоятельным действиям» [48, с. 231].

Чаще всего инициативу рассматривают как почин в каком-либо деле, а также как способность личности к активным самостоятельным действиям. Таким образом, самостоятельность является необходимой предпосылкой формирования инициативности. Такие качества, как познавательная потребность, стремление к новому, пополнение знаний различного характера, свидетельствуют о формировании познавательного интереса, который побуждает активный целенаправленный поиск лучших путей в решении познавательной, а часто и практической задачи.

Познавательный интерес является важнейшим мотивом деятельности в юношеском возрасте, благодаря чему деятельность приобретает особый смысл (я могу!) и позволяет человеку проявлять инициативу. Для инициативной личности, как отмечает С. Л. Рубинштейн, существенную роль играют интенсивность и яркость побуждений, немаловажное значение имеют интеллектуальные данные. «Обилие и яркость новых идей и планов, богатство воображения, рисующего эмоционально привлекательные картины тех перспектив, которые новая инициатива может открыть, соединенная с интенсивным побуждением и активностью стремлений, делают некоторых людей как бы “бродилом” в той среде, в которую они попадают. От них постоянно исходят новые и новые импульсы для других» [55, с. 124].

Инициативность как качество личности исследована в работах М. А. Меншиковой, Л. А. Приваленко; психологическая структура инициативы раскрыта в работах М. С. Говорова, Н. Д. Ливитова; вопросы развития форм инициативы в трудовой деятельности учащихся рассмотрены в работах В. А. Полякова, М. Н. Скаткина; формирование инициативы во внеклассной деятельности освещено в исследованиях Т. В. Оливадзе, С. А. Петухова, Т. Н. Тищенко.

По мнению данных исследователей, инициативность определяется интересом. Также к определяющим факторам инициативности они относят честолюбие – желание проявить себя, быть в центре внимания, оказаться первым во что бы то ни стало.

Решительность, смелость, несомненно, относятся к волевым качествам. Чтобы начать свое дело, решиться на что-то новое, у человека должна быть сильная воля.

Можно согласиться с точкой зрения Е. Д. Варнаковой, Л. И. Новиковой, И. Б. Первина и других авторов, считающих, что для предпринимателя большое значение имеют такие качества личности, как ответственность, умение работать в коллективе, дисциплинированность.

#### **4.3. Профессиональная Я-концепция потенциальных предпринимателей**

Психология Я-концепции является одной из социально-психологических схем личности в теоретико-концептуальном плане. Я-концепция – это сложный составной образ, включающий в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными

компонентами этих представлений (прил. 3). Я-концепция личности формируется в процессе жизни человека на основе его взаимодействия со своим психологическим окружением и реализует мотивационно-регуляторную функцию в поведении личности. Термин «Я-концепция» появился в научном языке на рубеже XIX–XX вв. в связи с формированием представлений о дуальной природе человека как познающего субъекта и познаваемого объекта. Американский психолог У. Джеймс первым предложил идею Я-концепции в работе «Принципы психологии» (1890) и внес существенный вклад в ее разработку. Согласно У. Джеймсу, «глобальное Я» (личность) содержит в себе два аспекта: эмпирический объект (Me), познаваемый субъективным оценивающим сознанием (I). Я как объект состоит из четырех аспектов: духовное Я, материальное Я, социальное Я и телесное Я, которые и образуют уникальный образ человека, или совокупность его представлений о себе как о личности. Кроме того, У. Джеймс предложил формулу оценивания личностью самой себя. Формула самооценки выражается в сравнении достигнутых успехов с уровнем притязаний: самооценка = успехи / притязания.

В целом теория Я-концепции, разработанная в рамках феноменологического подхода, сводится к следующим положениям:

1. Поведение есть продукт восприятий индивида, которые по своей природе феноменологичны: психологическая реальность индивида – это не объективная реальность как таковая, а продукт его субъективных восприятий в момент поведения.

2. Центральной, интегрирующей точкой феноменального поля является Я-концепция, вокруг которой организуются все субъективные восприятия индивида. Я-концепция является одновременно и продуктом восприятий, и совокупностью представлений, в которой содержатся ценности, привнесенные из социокультурной среды.

3. Я-концепция относительно согласованна во времени и ситуативных контекстах, в этом состоит ее прогностическая ценность.

4. Потребность человека в положительном отношении к себе других людей возникает параллельно с формированием Я-концепции. Потребность в положительной самооценке возникает через усвоение опыта положительной оценки себя другими людьми.

В основе современного понимания Я-концепции лежат теории У. Джеймса, Ч. Кули и Дж. Мида, К. Роджерса, Э. Эриксона. В современных зарубежных исследованиях рассмотрены различные аспекты



проблемы: место Я-концепции в структуре личности (А. Маслоу, К. Роджерс, К. Хорни); значение социального фактора в формировании Я-концепции (С. Китаёма, Х. Маркус, Д. Мацумото, М. Розенберг, К. Хорни, Т. Шибутани, Э. Эриксон); соотношение реального и идеального в образе Я (Р. Бернс, К. Роджерс, К. Хорни); содержание когнитивного компонента образа Я в возрастном аспекте (Р. Ассаджоли, Р. Бернс, К. Роджерс).

Одним из актуальных вопросов рассмотрения Я-концепции является анализ взаимосвязи Я и культуры (С. Китаёма, Х. Маркус, Д. Мацумото, Т. Шибутани). В психологии профессионального самоопределения и интенсификации труда изучается направляющая роль Я-концепции в выборе профессии и эвентуальном развитии профессиональной Я-концепции (А. В. Агапов, А. А. Деркач).

В последнее время преодолевается разрыв между многоаспектным изучением Я-концепции в зарубежной психологии и отмечаемой многими авторами малоизученностью ее в отечественной психологии и педагогике. Многочисленность подходов, направлений изучения Я-концепции отражает, с одной стороны, структурную и содержательную сложность этого феномена, с другой – недостаточную методологическую и теоретическую разработанность ряда вопросов, связанных с исследованием Я-концепции [3].

В изучении Я-концепции можно выделить три основных уровня: изучение структурных компонентов и сущностных признаков, характеристик Я-концепции; определение детерминант формирования и развития Я-концепции; выделение процессуальных элементов развития Я-концепции.

Анализ исследований Я-концепции позволяет выделить наиболее существенные аспекты проблемы:

1. Я-концепция рассматривается как динамичная, структурированная и относительно устойчивая система представлений личности о себе, как организованный и согласованный паттерн восприятия. Несмотря на изменения в Я-концепции, она всегда сохраняет это качество структурированности, целостности и организованности (К. Роджерс).

2. Я-концепция – это сложноструктурированный феномен, системное интегральное психическое образование. Базовым элементом является Я и его различные модальности, включенные в систему взаимосвязей.

Исследователи традиционно выделяют реальное, идеальное и должное, личностное и социальное Я (В. С. Агапов, И. В. Барышникова, А. В. Иващенко). Различные Я как составляющие Я-концепции разделены на объективные (должное, необходимое, потенциальное Я); временные (настоящее, прошлое, будущее Я). В качестве критериев модальности Я-концепции выделяют также факторы ее формирования и связь с социальным поведением (фабульное, игровое, социально-ролевое Я и др.); степень креативности (высшее, уникальное Я и др.); возможность изменений (динамическое Я); действие интегративных факторов (целостное Я, профессиональное Я); антиномии Я (ложное – подлинное, обыденное и духовное, активное – пассивное и т. д.).

3. Я-концепция – это система самовосприятий, понимания и определения себя субъектом, складывающаяся на основе интеракций с окружающей средой, система самоустановок (Р. Бернс), которая характеризуется целостностью, генерализованностью, стабильностью, влиянием опыта индивида, предрасположенностью действовать определенным образом.

4. Я-концепция является результатом личностного развития человека. В исследованиях изучены особенности возрастных характеристик Я-концепции (Л. И. Божович, Н. А. Гангус, В. В. Давыдов, Л. В. Занков, И. С. Кон, А. А. Прихожан); особенности Я-концепции зрелой личности (Л. В. Бороздина, И. Э. Вигерчук, В. А. Дабунская, В. Н. Куницына, А. А. Чекалиандр).

5. Я-концепция взрослого человека является относительно устойчивым личностным образованием, активно охраняемым личностью от качественных преобразований (Р. Бернс), однако жизненные события оказывают влияние на ее изменения.

6. Я-концепция как базовое личностное образование выполняет важные функции: интеграции различных личностных характеристик, регуляции, адаптации, защиты, притязаний, репрезентации и т. д.

В самом общем виде в психологии принято выделять две формы Я-концепции – реальную и идеальную, однако возможны и более частные ее виды, например профессиональная Я-концепция личности, или Я-профессиональное. В свою очередь, профессиональная Я-концепция личности также может быть реальной и идеальной.

Несовпадение реальной и идеальной Я-концепции является источником самосовершенствования личности и стремления к развитию.

Можно сказать, что многое определяется мерой этого рассогласования, а также интерпретацией его личностью [3].

Несмотря на очевидную близость, психологические понятия самооценки и Я-концепции имеют отличия. Я-концепция представляет собой набор скорее описательных, чем оценочных, представлений о себе. Хотя, конечно, та или иная часть Я-концепции может быть окрашена положительно или отрицательно. Понятие самооценки, наоборот, связано с тем, как человек оценивает себя, свои собственные качества. Те или иные качества рассматриваются как хорошие или плохие, субъект оценивает себя по этим качествам в сравнительном плане с другими как лучшего или худшего. Важно и то, что одни и те же качества в структуре самооценки различных личностей могут интерпретироваться одним человеком в позитивном плане (и тогда они повышают самооценку), а другим – в негативном (и тогда они понижают самооценку). Самооценка относится к центральным образованиям личности, ее ядру. Она в значительной степени определяет социальную адаптацию личности, является регулятором ее поведения и деятельности. Хотя, конечно, следует отдавать себе отчет в том, что самооценка не есть нечто данное, изначально присущее личности. Формирование самооценки происходит в процессе социализации, в процессе деятельности и межличностного взаимодействия. Социум в значительной степени влияет на формирование самооценки личности [11, 23].

Исходя из исследуемой в данной работе проблемы, остановимся на рассмотрении профессиональной Я-концепции.

Содержание и структура Я-концепции представителей различных профессий рассмотрены в работах отечественных ученых [3, 11, 12, 21, 23, 29, 41, 56, 67, 69, 70]. Проведем анализ некоторых исследований.

И. В. Куликов определяет Я-концепцию государственного служащего через взаимодействия трех функциональных блоков: образа Я, профессионализма личности и профессионализма деятельности. По его мнению, профессионализм личности отражает деловые качества, профессиональную готовность, профессиональные мотивы и способности, творческое и профессиональное мышление [29].

Изучая профессиональную Я-концепцию государственных служащих разных уровней управления, Т. Л. Григорьева подчеркивает, что она формируется у человека в результате «вживания» в свою профессию, оценки им своих реальных возможностей и перспектив [21].

Развитие Я-концепции личности будущего госслужащего на этапе допрофессиональной подготовки проанализировала И. Е. Шейнюк. В ее исследовании выявлено, что развитие Я-концепции протекает через разрешение противоречий, которые заложены во взаимосвязи общего и особенного, актуального и идеального Я и преломляются образом Я будущего государственного служащего [69].

Е. М. Садыков понимает профессиональную Я-концепцию руководителя системы образования как многокомпонентную, переживаемую и динамическую систему выражения отношений субъекта профессиональной деятельности к себе и к внешнему миру. Он считает, что процесс становления профессиональной Я-концепции руководителя системы образования имеет свою логику, закономерности и характеризуется рядом свойств, таких как целостность, управляемость, взаимосвязь и взаимодействие компонентов, открытость, способность к самосовершенствованию за счет преодоления внутренних противоречий [56].

В работах Н. Ю. Митюриной отмечается, что профессиональная Я-концепция сотрудников правоохранительных органов является фактором их профессионализма и качественно изменяется при переходе на более высокие уровни овладения профессиональной деятельностью [41]. Н. Ю. Митюрина выявила, что у сотрудников закрепляются профессионально-личностные качества, способствующие повышению уровня профессионализма, усиливаются такие черты, как профессиональная подозрительность и предвзятость, более адекватной становится профессиональная самооценка результативности деятельности и развития профессионально-личностных качеств, необходимых для эффективной деятельности.

В концепции Е. А. Климова образ субъекта труда – это актуальный Я-образ, обобщенный Я-образ, Я-концепция, включающая представления о себе во временном аспекте как представителе профессиональной общности.

Можно сказать, что профессиональный аспект Я занимает одно из наиболее значимых мест в концепции Я зрелой личности.

Я-концепция рассматривается нами как системное интегративное образование, представляющее собой результат взаимодействия элементов внешнего и внутреннего мира личности, отражающееся в совокупности самоустановок. Ведущим фактором формирования профессио-

нальной Я-концепции является многоаспектный процесс взаимодействия личности и социума, в ходе которого происходит переработка и интериоризация внешней информации. При таком подходе подготовка специалиста рассматривается нами как важнейший компонент, способный влиять на формирование профессиональной Я-концепции [42].

Проведенный анализ психолого-педагогических исследований показал, что сущность понятия профессиональной Я-концепции предпринимателя в достаточной мере не исследована. В качестве рабочего дадим следующее определение: профессиональная Я-концепция будущего предпринимателя представляет собой специфический механизм, который обеспечивает вхождение в профессию, развитие и реализацию Я-профессионального, освоение новой социальной роли, профессиональное самоопределение, формирование личностно-профессиональных качеств, развитие опыта самостоятельного выполнения деятельности, принятие себя самого и актуализацию в конкретной ситуации определенного образа Я, адекватность поведения, реализуемого личностью в соответствии с предписанным статусом.

На наш взгляд, основными механизмами развития профессиональной Я-концепции будущих предпринимателей являются: профессиональная идентификация, рефлексия, формирование качеств личности предпринимателя (трудолюбие, самостоятельность, инициативность, ответственность с высоким уровнем контроля, умения преодолевать трудности и препятствия, работать в группе).

Профессиональная Я-концепция будущих предпринимателей представляет собой динамическое образование, заключающееся в совокупности отношений к себе как профессионалу (с определенной жизненной перспективой), к своим духовным, физическим и профессиональным качествам, сопряженных с их самооценкой и самоотношением.

Основными функциями профессиональной Я-концепции будущего предпринимателя являются регулятивная, адаптационная, эмоционально-оценочная, мотивационная, поддержание устойчивости соотношения между реальным и идеальным Я, формирование готовности к предстоящей деятельности.

Подводя итог, отметим следующее:

1. Теоретическая модель профессиональной Я-концепции потенциального предпринимателя – динамическая, относительно устойчивая система, в структуре которой представлены следующие компо-

ненты: профессиональная самооценка, профессиональное самоотношение и профессиональный образ Я, системообразующие качества личности потенциального предпринимателя.

2. Динамика изменения профессиональной Я-концепции будущего предпринимателя начинается с изменения отношения субъекта к себе как профессионалу и внешнему миру.

3. Содержательное структурирование профессиональной Я-концепции студентов проявляется в качественных особенностях изменения ее взаимосвязанных компонентов.

#### **4.4. Пути формирования профессиональных качеств личности и Я-концепции будущего предпринимателя**

Когда, в какие возрастные периоды и в какой социально-психологической среде складываются у потенциальных предпринимателей необходимые психологические качества личности? С помощью каких элементов образования: содержания, методов, форм и средств обучения – формируются у личности представления о себе как о будущем предпринимателе? Каковы основные подходы к формированию Я-концепции потенциального предпринимателя?

Возможность построения модели профессиональной Я-концепции будущего предпринимателя мы рассматриваем на основе работ В. С. Ильина, П. И. Ставского, Г. Н. Филонова, которые предлагают модель формирования личности предпринимателя на примере абстрактной модели «социально зрелого взрослого предпринимателя нашего времени». Авторы считают необходимым выделить типичные виды деятельности абстрактной личности предпринимателя, что позволяет, по их мнению, создать абстрактную модель личности молодого человека. В соответствии с этой моделью выделяется совокупность видов деятельности, которая должна быть положена в основу построения элементов формирования предпринимательских качеств личности.

Формирование профессиональной Я-концепции предпринимателя позволяет молодым людям иметь отношение ко всем творческим инициативам, касаются ли они создания нового дела, реорганизации существующего, внедрения новых технологий или же решения каких-то социальных либо политических проблем [11, 29].

Данные исследования позволяют сделать вывод о том, что для формирования Я-концепции будущего предпринимателя важно рас-

смотреть ее аналог – личность предпринимателя на основе выделенных доминирующих качеств личности.

В своем исследовании мы опираемся на работы К. А. Абульхановой, А. И. Крупнова, Н. И. Рейнвальда и др., которые выделяют в личности ряд доминирующих качеств, характеризующих ее целостность. Для раскрытия природы свойств личности, отмечают они, необходимо выделение целостных актов деятельности или взаимосвязанных циклов, которые представляют собой системное основание, специфичное для каждого вида деятельности. Психические доминантные состояния, ограниченные рамками целостных актов деятельности, по мнению авторов, являются теми исходными данными, на основе которых формируются подлинные структурные образования личности [1].

Доминирующими качествами личности предпринимателя, как показывают проведенные нами исследования, являются трудолюбие, самостоятельность, инициативность.

Формирование выделенных качеств личности потенциального предпринимателя (см. п. 4.2) и профессиональной Я-концепции, включающей такие компоненты, как профессиональная самооценка, профессиональное самоотношение, профессиональный образ Я, является основой становления будущего предпринимателя.

Остановимся на методах и формах, используемых нами в процессе формирования качеств личности потенциального предпринимателя и его профессиональной Я-концепции в процессе обучения специалистов экономического профиля.

Образовательный процесс, построенный на основе проектирования, делает ненужными бесполезные знания ради знаний, навыки ради навыков, умения ради умений, когда на первое место выходит именно личность (в плане персональной ответственности за свои поступки). Проектно-ориентированный подход позволяет создать комфортную образовательную среду, помогающую раскрыть потенциальные возможности личности. Логика образовательного процесса базируется на идее познания окружающего мира, его проектирования, моделирования, оценки завершенного проекта с точки зрения «вживания» в окружающий мир.

В основе проектно-ориентированного подхода в образовании лежит созидательное начало познания, относящееся к целостно воспринимаемому миру с его закономерностями, проблемами, взаимосвязями и перспективами развития. На первое место выступают процессы моделирования: конструирование, исследование объектов целостного мира,

поиск взаимосвязей между ними. Естественно, что готовые знания не исчезают, они просто перестают быть самоцелью обучения [6].

В традиционном обучении содержание преподносится в виде готового знания, которое необходимо понять, усвоить, запомнить. Причем основным средством обучения служит текст учебника, он играет доминирующую роль. Способы представления знаний базируются на текстовой, книжной основе.

В обучении на основе проектно-ориентированного подхода число типов знания расширяется, готовое знание существует наряду со знанием, синтезированным самими обучающимися. Источниками готового знания могут быть справочная литература, различные образцы документов, бланков и т. п. Знание в готовом виде выступает в качестве индикатора правильности работы проектантов.

Синтезированное знание возникает у обучаемых в процессе реализации проекта. В нем можно выделить два типа знания: косвенное и результирующее, которые являются личным достоянием каждого субъекта деятельности (одним из элементов профессиональной Я-концепции).

Отличается и способ усвоения знаний. При традиционной системе обучения знания заучиваются. При использовании предлагаемого подхода содержание обучения представляется частично в виде готового знания. Универсальным компонентом процесса обучения становится познание в процессе реализации проекта, направленное на восприятие и осознание окружающего экономического мира.

При реализации проектно-ориентированного подхода большое внимание уделяется работе с различными возрастными группами молодежи, имеющими разные уровни подготовки. При традиционной системе обучения материал для учащихся определенной возрастной группы имеет одинаковую степень трудности и чаще всего ориентирован на среднего обучающегося. Можно согласиться с точкой зрения, что каждый обучающийся в определенные моменты становится или сильным, или слабым (это зависит от многих факторов) и что данная проблема может исчезнуть в том случае, если образование будет реально приближено к жизни. По нашему мнению, в процессе формирования профессиональной Я-концепции предпринимателя знания, персонально приобретенные в ходе реализации созидательного проекта, важнее готовой обезличенной информации на экономическую тему.



Говоря о знании и об особенностях его усвоения, следует отметить, что осмысленный материал запоминается быстрее, с меньшим числом ошибок, дольше и полнее сохраняется в памяти. Проектно-ориентированный подход может позволить значительно повысить степень осмысления учебного материала за счет четкости, конкретности постановки каждой проектной задачи, а также за счет использования не только абстрактных моделей, но и понятных каждому конкретным наглядных образов [19].

В традиционном обучении связь между элементами изучаемого материала predetermined логикой соответствующей науки, которая представлена в способе развертывания системы понятий. При использовании проектно-ориентированного подхода связь между элементами учебного материала устанавливается в соответствии с принципами иерархии материального мира. Развертывание происходит в динамике проектной деятельности. К принятой в традиционной системе обучения логической схеме анализа окружающего мира добавляется схема его синтеза, реализуемая в деловой игре.

Усвоенные знания служат основой формирования умений и навыков. Существует несколько точек зрения относительно сущности и соотношения понятий «умение» и «навык». Мы разделяем точку зрения тех ученых, которые считают, что умение – это способность человека выполнять какую-либо работу в новых условиях; владение сложной системой психических и практических действий. Умение человека означает проявленную им готовность к достижению цели в соответствующей деятельности путем осуществления ее под контролем со стороны мышления, с осознанием всей (или части) системы составляющих действий. В этом состоит психолого-педагогическая сущность умения. Легкость и быстрота овладения различными умениями, в том числе и предпринимательскими, зависят от врожденных и приобретенных качеств личности, предшествующего опыта человека. В результате выполнения упражнений в действиях индивидуума наступает такой момент, когда их выполнение перестает нуждаться в постоянном контроле со стороны сознания, работа осуществляется автоматизированно. Так умение перерастает в навык [48].

Психологической основой навыка является понимание взаимоотношения между целью деятельности, с одной стороны, и исходным моментом этой деятельности – с другой.

Метод проектного обучения, выбранный нами как системообразующий, реализуется в условиях игровой модели обучения. Игровая деятельность обеспечивает личностное включение в процесс обучения, направленный на овладение предметным содержанием и возможной профессиональной деятельностью [17].

Принцип состязательности и соревнования в игре предполагает побуждение человека к активной самостоятельной деятельности, мобилизацию нравственно-волевого потенциала личности.

Принцип совместной деятельности означает, что в процессе формирования ведущих качеств личности будущего предпринимателя работа ведется двумя или большим числом участников, вступающих в общение и взаимодействие с целью обсуждения позиций и принятия решений по всем вопросам, отраженным в содержании обучения. Деятельность имеет характер ролевого взаимодействия, которое осуществляется в соответствии с заданными, а в некоторых случаях и выработанными в ходе самой игры правилами и нормами.

Принцип достоверности игры заключается в том, что деловые экономические игры имеют в своей основе реальные модели и роли, а результаты имитации с достаточной степенью точности соответствуют реальным результатам [16].

Отсутствие педагогической проработки деловой игры приводит к тому, что разработчики рассматривают ее зачастую как ветвь имитационного моделирования и все свое внимание уделяют тому, чтобы адекватно отразить технологию профессиональной деятельности. Педагог – разработчик игры пользуется средствами как имитационного, так и педагогического моделирования. Он ставит цель, строит коммуникативную структуру действий и отношений участников игры, исходя из осознания норм, правил, моделей будущей деятельности как эталонов для характеристики Я-концепции [49].

В условиях деловой игры наиболее результативно моделируется предметное, социальное и профессиональное содержание деятельности. Профессиональная деятельность предпринимателя, «свернутая» до знаковых систем, текстов, учебной информации, «разворачивается» в игровой форме учебно-познавательной деятельности.

Подводя итог, необходимо отметить следующее:

1. Профессиональная Я-концепция представляет собой динамическое образование в структуре личности, заключающееся в совокуп-

ности отношений субъекта к себе как профессионалу, к своей жизненной перспективе, к своим профессиональным качествам, сопряженных с их самооценкой.

2. Формирование основных функций профессиональной Я-концепции предпринимателя (адаптации к профессии, регуляции профессиональной и эмоционально-оценочной деятельности) обеспечивает устойчивость соотношения между реальным и идеальным Я будущего предпринимателя; создает готовность к предстоящей деятельности; способствует приобретению знаний о себе и современной экономической действительности, выстраиванию стратегии поведения в различных экономических ситуациях.

3. В процессе формирования ведущих предпринимательских качеств личности происходит становление профессиональной Я-концепции, изменение отношения субъекта к себе как к будущему профессионалу.

## Заключение

История делового мира дореволюционной России показывает, что только равные партнерские отношения предпринимателей и государства ведут к стабилизации хозяйства, формированию качественно новой экономической среды, способной адекватно воспринимать рыночные институты. Развитие предпринимательства предполагает использование не только всего позитивного опыта эволюции рыночной экономики, но и уроков (как положительных, так и отрицательных) отечественной хозяйственной практики.

Преимуществами малых организационных форм организации предприятия являются: низкие затраты на пассивную часть и инфраструктуру; более полная загрузка оборудования и высокая производительность труда; высокая скорость оборота ресурсов; мобильность реорганизации производственного аппарата; активная инновационная деятельность. Социальная значимость малого бизнеса определяется массовостью групп мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников. Малые предприятия оказываются наиболее восприимчивыми к внедрению новых прогрессивных технологий.

Нами определены особенности малого предпринимательства в России. К ним относятся:

- совмещение в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности;
- низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта, невысокая культура рыночных отношений;
- стремление к максимальной самостоятельности, в то время как значительная часть зарубежных малых предприятий работает на условиях субподряда, франчайзинга и т. п.;
- общий низкий технический уровень и низкая технологическая оснащенность в сочетании со значительным инновационным потенциалом;
- работа в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитость системы информационных, консультационных услуг;
- неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

Кооперативное движение в России могло стать основой формирования класса предпринимателей, однако кооперативное предпринимательство как рыночный вид хозяйства при отсутствии необходимого уровня рыночных отношений и инфраструктуры не смогло раскрыть свой предпринимательский потенциал и деформировалось.

Предпринимательство представляет собой инициативную, связанную с риском и ответственностью комплексную деятельность субъекта хозяйствования, осуществляющего новые комбинации ресурсов с целью реализации своих идей и достижения социально-экономического эффекта. Предприимчивость выступает одной из черт личности, способной достигать конкретных целей в хозяйственной или иных сферах общественной жизни за счет своей инициативы, находчивости, готовности рисковать и нести ответственность за результаты деятельности.

Необходимыми признаками предпринимательства являются экономическая свобода и самостоятельность, наличие у хозяйствующего субъекта определенной совокупности прав, гарантирующих самостоятельное принятие решений, поиск и выбор вида, форм и сферы экономической деятельности.

Развитие предпринимательской активности и становление потенциального предпринимателя мы рассматриваем не только с точки зрения приобретения профессиональных знаний, умений и навыков, но и с позиции выбора личностью индивидуального жизненного пути и наличия соответствующих мотивационно-смысловых образований, включенных в субъективную модель экономического успеха.

Предпринимательские качества личности не являются врожденными, они формируются под воздействием тех или иных обстоятельств или условий. Чаще всего к этим качествам исследователи относят независимость, самостоятельность, инициативность, ответственность с высоким уровнем контроля, умение преодолевать трудности и препятствия, трудолюбие. Формы и характер формирования предпринимательских качеств личности неодинаковы в различные эпохи и в разных странах. Они зависят от конкретно-исторической обстановки, обусловленной местом и временем, и прежде всего от условий, степени развития и характера рыночных отношений.

Процесс формирования и развития предпринимательских качеств личности неразрывно связан с формированием профессиональной Я-концепции предпринимателя.

Профессиональный аспект Я занимает одно из наиболее значимых мест в концепции Я зрелой личности и рассматривается нами как системное интегративное образование, представляющее собой результат взаимодействия элементов внешнего и внутреннего мира личности, отражающееся в совокупности самоустановок.

Профессиональная Я-концепция представляет собой специфический механизм, который обеспечивает вхождение в профессию, развитие и реализацию Я-профессионального, освоение новой социальной роли, профессиональное самоопределение, формирование личностно-профессиональных качеств, развитие опыта самостоятельного выполнения деятельности, принятие себя самого и актуализацию в конкретной ситуации определенного образа Я, адекватность поведения, реализуемого личностью в соответствии с предписанным статусом.

## Библиографический список

1. Абульханова-Славская К. А. Философско-психологическая концепция С. Л. Рубинштейна: к столетию со дня рождения / К. А. Абульханова-Славская, А. В. Брушлинский; отв. ред. Е. А. Будилова. Москва: Наука, 1989. 240 с.
2. Автономов В. С. Предпринимательская функция в экономической системе / В. С. Автономов. Москва: ИМЭМО АН СССР, 1990. 217 с.
3. Агапов В. С. Сущностная характеристика Я-концепции / В. С. Агапов. Москва: МОСУ: МГСА, 2001. 40 с.
4. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А. И. Агеев. Москва: Наука, 1991. 186 с.
5. Алексеев Н. Г. Самостоятельность / Н. Г. Алексеев // Педагогическая энциклопедия: в 4 томах. Москва, 1966. Т. 3. С. 186–187.
6. Бабанский Ю. К. Рациональная организация учебной деятельности / Ю. К. Бабанский. Москва: Педагогика, 1981. 162 с.
7. Бассети П. Мелкое предпринимательство и плюрализм в экономике / П. Бассети // Плановое хозяйство. 1989. № 4. С. 62–68.
8. Батышев С. Я. Трудовая подготовка школьников / С. Я. Батышев. Москва: Педагогика, 1981. 168 с.
9. Белкин А. С. Основы возрастной педагогики: в 2 частях / А. С. Белкин. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ин-та, 1992. Ч. 1. 74 с.; Ч. 2. 86 с.
10. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма / Н. А. Бердяев. Москва: Имка-Пресс, 1998. 255 с.
11. Борисов М. Б. Я-концепция в системе профессионального мастерства актера / М. Б. Борисов; Моск. высш. театр. училище им. Б. В. Шукина. Москва, 2003. 72 с.
12. Бояренцева А. В. Я-концепция как фактор профессионализации потенциального предпринимателя / А. В. Бояренцева // Педагогика. 1995. № 5. С. 24–33.
13. Булгаков С. Н. Православие / С. Н. Булгаков. Париж, 1965. 403 с.
14. Бухарин Н. И. Избранные произведения / Н. И. Бухарин. Москва: Политиздат, 1988. 191 с.
15. Бродель Ф. Время мира / Ф. Бродель. Москва, 1992. 480 с.
16. Вербицкий А. А. Контекстное обучение в высшей школе / А. А. Вербицкий. Москва: Наука, 1991. 207 с.

17. *Вербицкий А. А.* Методические рекомендации по проведению деловых игр: (для средних специальных учебных заведений) / А. А. Вербицкий, Н. В. Борисова. Москва: Изд-во ВНМЦ, 1990. 47 с.

18. *Витте С. Ю.* Конспект лекций о народном и государственном хозяйстве, читанных Его Императорскому Высочеству Великому князю Михаилу Александровичу в 1900–1904 годах / С. Ю. Витте. Москва, 1904. 427 с.

19. *Выготский Л. С.* Собрание сочинений: в 6 томах / Л. С. Выготский. Москва: Педагогика, 1984. Т. 3. 404 с.

20. *Глазьев С. Ю.* Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. Москва: Владар, 2000. 310 с.

21. *Григорьева Т. Л.* Профессиональная Я-концепция государственных служащих разных уровней управления: автореферат диссертации ... кандидата психологических наук / Т. Л. Григорьева. Москва, 2001. 26 с.

22. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 томах / В. И. Даль. Москва: Терра, 1995. Т. 4. 998 с.

23. *Забазнова Е. М.* Влияние Я-концепции на формирование конгруэнтного имиджа личности: автореферат диссертации ... кандидата психологических наук / Е. М. Забазнова. Краснодар, 2001. 24 с.

24. *Зеер Э. Ф.* Психологические особенности и закономерности становления личности инженера-педагога / Э. Ф. Зеер // Психологические особенности профессионального становления личности инженера-педагога: сборник научных трудов / Свердлов. инж.-пед. ин-т. Свердловск, 1991. С. 3–16.

25. *Ичитовкин Б. Н.* Методологические проблемы исследования мелкого и среднего предпринимательства при капитализме / Б. Н. Ичитовкин // Вестник Ленинградского государственного университета. 1991. Вып. 1, № 5. С. 12–23.

26. *Кабанова-Меллер Е. Н.* Формирование приемов умственной деятельности и умственное развитие учащихся / Е. Н. Кабанова-Меллер. Москва: Педагогика, 1968. 156 с.

27. *Карлоф Б.* Деловая стратегия / Б. Карлоф. Москва: Экономика, 1991. 324 с.

28. *Кропоткин П. А.* Поля, фабрики и мастерские / П. А. Кропоткин. Москва: Политиздат, 1991. 180 с.

29. *Куликов И. В.* Развитие профессионального «Я» государственного служащего средствами информационных технологий: авто-



реферат диссертации ... кандидата психологических наук / И. В. Куликов. Москва, 2000. 23 с.

30. *Кумарин В. В.* Методологические основания проектирования образовательных систем / В. В. Кумарин // Междисциплинарные исследования в педагогике: методологический анализ / под ред. В. В. Краевского, В. М. Полонского. Москва, 1994. С. 125–145.

31. *Леонтьев А. Н.* Избранные психологические произведения: в 2 томах / А. Н. Леонтьев. Москва: Педагогика, 1983. Т. 1. 392 с.

32. *Либман Г. И.* Краткий экономический словарь / Г. И. Либман. Москва: Политиздат, 1989. 399 с.

33. *Липсиц И. В.* Промышленная политика России: принципы формирования и механизмы реализации / И. В. Липсиц, А. А. Нешадин // Общество и экономика. 1997. № 5–6. С. 200–228.

34. *Лифман Р.* Формы предприятий. Кооперация и социализация: перевод с немецкого / Р. Лифман. Берлин: Обелиск, 1924. 236 с.

35. *Лосский Н. О.* Характер русского народа / Н. О. Лосский. Москва: Наука, 1990. 186 с.

36. *Макаров В. Л.* Экономика знаний. Уроки для России / В. Л. Макаров // Вестник Российской академии наук. 2003. Т. 73, № 5. С. 450–456.

37. *Маркс К.* Сочинения: в 50 томах / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Москва: Политиздат, 1981. Т. 2. 651 с.

38. *Маслоу А.* Самоактуализация / А. Маслоу // Психология личности: тексты / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, А. А. Пузырея. Москва, 1982. С. 201–288.

39. *Материалы III Международного конгресса «Российский малый и средний бизнес».* Москва: Изд-во Междунар. фонда поддержки экон. реформ в России, 1994. 120 с.

40. *Мескон А.* Основы менеджмента: перевод с английского / А. Мескон; науч. ред. Ф. А. Крутиков. Москва: Экономика, 1992. 271 с.

41. *Митюрин Н. Ю.* Профессиональная Я-концепция как фактор профессионализма сотрудников правоохранительных органов: автореферат диссертации ... кандидата психологических наук / Н. Ю. Митюрин. Москва, 2002. 24 с.

42. *Москаленко О. В.* Развитие профессионального самосознания руководителей образовательных учреждений: диссертация ... доктора психологических наук / О. В. Москаленко. Москва, 2000. 56 с.

43. *О государственной промышленной политике России* / Торг.-пром. палата Рос. Федерации. Москва, 2003. 205 с.
44. *О предприятиях и предпринимательской деятельности в РСФСР*: закон РСФСР от 25 дек. 1990 г. // Собрание законодательства РСФСР. 1990. № 42.
45. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Акад. пед. наук СССР, Ин-т рус. яз.; Рос. фонд культуры. Москва: АЗЪ, 1993. 960 с.
46. *Ольсевич Ю. Я.* О национальном экономическом мышлении / Ю. Я. Ольсевич // Вопросы экономики. 1996. № 9. С. 76–82.
47. *Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 г. и дальнейшую перспективу* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www/mpnt.gov.ru/](http://www/mpnt.gov.ru/).
48. *Педагогическая энциклопедия* / под ред. И. А. Каирова [и др.]. Москва: Советская энциклопедия, 1965. 578 с.
49. *Пидкасистый П. И.* Технология игры в обучении и развитии: учебное пособие / П. И. Пидкасистый, Ж. С. Хайдеров. Москва: Педагогика, 1996. 157 с.
50. *Поляков В. А.* Методика трудового обучения и воспитания в межшкольных УПК / В. А. Поляков, Б. А. Соколов, В. Г. Уланов; под ред. В. А. Полякова. Москва: Просвещение, 1979. 207 с.
51. *Понятийный аппарат педагогики и образования: сборник научных трудов* / отв. ред. Е. В. Ткаченко. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1995. Вып. 1. 224 с.
52. *Радаев В. В.* Новые российские предприниматели: стратегии хозяйственного развития / В. В. Радаев // Деловой мир. 1993. № 10. С. 57–76.
53. *Российская педагогическая энциклопедия: в 2 томах* / гл. ред. В. В. Давыдов. Москва: Большая российская энциклопедия, 1993. Т. 1. 608 с.
54. *Рубе В. А.* Сотрудничество или эксплуатация (мелкий бизнес глазами буржуазных экономистов) / В. А. Рубе. Москва: Экономика, 1986. 248 с.
55. *Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. Москва: Наука, 1946. 242 с.
56. *Садыков Е. М.* Проектирование и реализация системы формирования профессионально важных качеств личности студентов

колледжей на основе Я-концепции: автореферат диссертации ... кандидата педагогических наук / Е. М. Садыков. Тольятти, 2000. 26 с.

57. *Силкин С. В.* Развитие предпринимательской активности в экономике России: региональный аспект / С. В. Силкин. Новосибирск, 1997. 142 с.

58. *Силкин С. В.* Управление научно-инновационным потенциалом: региональный аспект / С. В. Силкин, Л. П. Пачикова. Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 2003. 231 с.

59. *Силкина Н. В.* Малый бизнес в России: анализ состояния и региональные особенности / Н. В. Силкина, С. В. Силкин, Л. П. Пачикова. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 1995. 142 с.

60. *Смит А.* Исследование о причине и природе богатства народов: перевод с английского / А. Смит. Москва: Соцэкгиз, 1962. 207 с.

61. *Советский энциклопедический словарь.* Москва: Советская энциклопедия, 1987. 475 с.

62. *Современный философский словарь* / под общ. ред. В. Е. Кемерова. Москва; Екатеринбург: Одиссей, 1996. 389 с.

63. *Стэйли Р.* Развитие малой промышленности: перевод с английского / Р. Стэйли. Москва: Новости, 1992. 270 с.

64. *Сэй Ж. Б.* Трактат о политической экономии / Ж. Б. Сэй. Москва: Политиздат, 1968. 168 с.

65. *Торкановский Е. К.* Организационно-правовые формы государственного предпринимательства / Е. К. Торкановский // Хозяйство и право. 1994. № 8, 9. С. 42–53.

66. *Туган-Барановский М. И.* Теоретические основы политической экономии / М. И. Туган-Барановский. Ленинград: Книга, 1925. 116 с.

67. *Федотова М. В.* Развитие Я-концепции специалистов таможенной службы: автореферат диссертации ... кандидата психологических наук / М. В. Федотова. Москва, 2002. 24 с.

68. *Франк С. Л.* Религиозно-исторический смысл русской революции / С. Л. Франк // Русская идея. Москва, 1992. С. 125–140.

69. *Шейнюк И. Е.* Развитие Я-концепции личности будущего госслужащего на этапе допрофессиональной подготовки: автореферат диссертации ... кандидата психологических наук / И. Е. Шейнюк. Москва, 2003. 24 с.

70. *Шильштейн Е. С.* Особенности презентации Я в подростковом возрасте / Е. С. Шильштейн // Вопросы психологии. 2003. № 2. С. 69–78.

71. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития / Й. Шумпетер. Москва: Прогресс, 1982. 312 с.

72. *Hisrich R. D.* The Woman Entrepreneur Management Skills and Business Problems / R. D. Hisrich, C. G. Brush // *Journal of Small Business Management*. 1984. Vol. 22. P. 30–37.

73. *Kets de Vries M.* The Entrepreneurial Personality / M. Kets de Vries // *Journal of Management Studies*. 1977. Vol. 4. P. 34–57.

## **Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»**

*Статья 1.* Предмет регулирования настоящего Федерального закона

Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие между юридическими лицами, физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в сфере развития малого и среднего предпринимательства, определяет понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, виды и формы такой поддержки.

*Статья 2.* Нормативное правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации

Нормативное правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации и осуществляется настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами органов местного самоуправления.

*Статья 3.* Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе

Для целей настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия:

1) субъекты малого и среднего предпринимательства – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям;

2) федеральные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства – нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации, в которых определяются перечни меро-

приятий, направленных на достижение целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в Российской Федерации, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности федеральных органов исполнительной власти, ответственных за реализацию указанных мероприятий;

3) региональные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства – нормативные правовые акты органов государственной власти субъектов Российской Федерации, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в субъектах Российской Федерации, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации, ответственных за реализацию указанных мероприятий;

4) муниципальные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства – нормативные правовые акты органов местного самоуправления, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение целей в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в муниципальных образованиях, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности органов местного самоуправления, ответственных за реализацию указанных мероприятий;

5) поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства (далее также – поддержка) – деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и функционирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на реализацию мероприятий, предусмотренных федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринима-

тельства и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

*Статья 4. Категории субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее – индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

1) для юридических лиц – суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия – до пятнадцати человек;

3) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные

значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

2. Предусмотренные пунктом 3 части 1 настоящей статьи предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов устанавливаются Правительством Российской Федерации один раз в пять лет с учетом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства.

3. Категория субъекта малого или среднего предпринимательства определяется в соответствии с наибольшим по значению условием, установленным пунктами 2 и 3 части 1 настоящей статьи.

4. Категория субъекта малого или среднего предпринимательства изменяется только в случае, если предельные значения выше или ниже предельных значений, указанных в пунктах 2 и 3 части 1 настоящей статьи, в течение двух календарных лет, следующих один за другим.

5. Вновь созданные организации или вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства в течение того года, в котором они зарегистрированы, могут быть отнесены к субъектам малого и среднего предпринимательства, если их показатели средней численности работников, выручки от реализации товаров (работ, услуг) или балансовой стоимости активов (остаточной стоимости основных средств и нематериальных активов) за период, прошедший со дня их государственной регистрации, не превышают предельные значения, установленные в пунктах 2 и 3 части 1 настоящей статьи.

6. Средняя численность работников микропредприятия, малого предприятия или среднего предприятия за календарный год определяется с учетом всех его работников, в том числе работников, работающих по гражданско-правовым договорам или по совместительству с учетом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений указанных микропредприятия, малого предприятия или среднего предприятия.

7. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) за календарный год определяется в порядке, установленном Налоговым кодексом Российской Федерации.

8. Балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) определяется в соответствии с законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете.



*Статья 5. Федеральные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Федеральные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации осуществляются путем проведения сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства и выборочных статистических наблюдений за деятельностью отдельных субъектов малого и среднего предпринимательства на основе представительной (репрезентативной) выборки.

2. Сплошные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства проводятся один раз в пять лет.

3. Выборочные статистические наблюдения проводятся путем ежемесячных и (или) ежеквартальных обследований деятельности малых предприятий (за исключением микропредприятий) и средних предприятий. Выборочные статистические наблюдения проводятся путем ежегодных обследований деятельности микропредприятий. Порядок проведения выборочных статистических наблюдений определяется Правительством Российской Федерации.

4. Федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления обязаны представлять бесплатно в федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие функции по формированию официальной статистической информации в установленной сфере деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации, документированную информацию по формам, установленным в целях осуществления федеральных государственных статистических наблюдений, и информацию, полученную федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в связи с осуществлением ими контрольно-надзорных и других административных полномочий в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства.

*Статья 6. Основные цели и принципы государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации*

1. Государственная политика в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации является частью

государственной социально-экономической политики и представляет собой совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер, осуществляемых органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления и направленными на обеспечение реализации целей и принципов, установленных настоящим Федеральным законом.

2. Основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации;

2) обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств;

5) увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) обеспечение занятости населения и развитие самозанятости;

7) увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта;

8) увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

3. Основными принципами государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) разграничение полномочий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

2) ответственность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления за обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) участие представителей субъектов малого и среднего предпринимательства, некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, в формировании и реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, экспертизе проектов нормативных правовых актов Российской Федерации, нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации, правовых актов органов местного самоуправления, регулирующих развитие малого и среднего предпринимательства;

4) обеспечение равного доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к получению поддержки в соответствии с условиями ее предоставления, установленными федеральными программами развития малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития малого и среднего предпринимательства и муниципальными программами развития малого и среднего предпринимательства.

*Статья 7. Особенности нормативно-правового регулирования развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации*

В целях реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации могут предусматриваться следующие меры:

1) специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

2) упрощенная система ведения бухгалтерской отчетности для малых предприятий, осуществляющих отдельные виды деятельности;

3) упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности;

4) льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;

5) особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;

6) меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);

7) меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

8) меры по развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

9) иные направленные на обеспечение реализации целей и принципов настоящего Федерального закона меры.

**Статья 8. Реестры субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки**

1. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, оказывающие поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, ведут реестры субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей такой поддержки.

2. В указанных в части 1 настоящей статьи реестрах в отношении субъекта малого или среднего предпринимательства должны содержаться следующие сведения:

1) наименование органа, предоставившего поддержку;

2) полное и (в случае, если имеется) сокращенное наименование, в том числе фирменное наименование, адрес (место нахождения) постоянно действующего исполнительного органа юридического лица, государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации юридического лица;

3) фамилия, имя и (в случае, если имеется) отчество, место жительства индивидуального предпринимателя, государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации индивидуального предпринимателя;

4) вид, форма и размер предоставленной поддержки;

5) срок оказания поддержки;

6) идентификационный номер налогоплательщика;

7) дата принятия решения о предоставлении или прекращении оказания поддержки;

8) информация (в случае, если имеется) о нарушении порядка и условий предоставления поддержки, в том числе о нецелевом использовании средств поддержки.

3. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, оказывающие поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, вносят записи в реестры субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки в отношении соответствующих субъектов малого и среднего предпринимательства в течение тридцати дней со дня принятия решения об оказании поддержки или решения о прекращении оказания поддержки.

4. Порядок ведения реестров субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки, требования к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами устанавливаются Правительством Российской Федерации.

5. Информация, содержащаяся в реестрах субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки, является открытой для ознакомления с ней физических и юридических лиц.

6. Сведения, предусмотренные частью 2 настоящей статьи, исключаются из реестров субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки по истечении трех лет с даты окончания срока оказания поддержки.

*Статья 9. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации по вопросам развития субъектов малого и среднего предпринимательства*

К полномочиям органов государственной власти Российской Федерации по вопросам развития субъектов малого и среднего предпринимательства относятся:

1) формирование и осуществление государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;

2) определение принципов, приоритетных направлений, форм и видов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) разработка и реализация федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) определение основных финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предприниматель-

ства и инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективы на основе прогнозов социально-экономического развития Российской Федерации;

5) создание координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства при федеральных органах исполнительной власти, наделенных отдельными полномочиями по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в пределах их компетенции;

6) формирование единой информационной системы в целях реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;

7) финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам развития малого и среднего предпринимательства за счет средств федерального бюджета;

8) содействие деятельности общероссийских некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства;

9) пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности за счет средств федерального бюджета;

10) поддержка региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

11) представительство в международных организациях, сотрудничество с иностранными государствами и административно-территориальными образованиями иностранных государств в области развития малого и среднего предпринимательства;

12) организация официального статистического учета субъектов малого и среднего предпринимательства;

13) ежегодная подготовка доклада о состоянии и развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию, включающего в себя отчет об использовании средств федерального бюджета на государственную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предпринимательства, оценку эффективности применения мер по его развитию, прогноз развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, и опубликование в средствах массовой информации этого доклада;

14) методическое обеспечение органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления и содействие им в разработке и реализации мер по развитию малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации и на территориях муниципальных образований.

*Статья 10.* Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства

1. К полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства относятся:

1) формирование и осуществление государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;

2) разработка и реализация региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом национальных и региональных социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей;

3) содействие деятельности некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, и структурных подразделений указанных организаций;

4) финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам развития малого и среднего предпринимательства за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации;

5) содействие развитию межрегионального сотрудничества субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации;

7) поддержка муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

8) сотрудничество с международными организациями и административно-территориальными образованиями иностранных государств по вопросам развития малого и среднего предпринимательства;

9) анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предпринимательства и эффективности применения мер по его развитию, прогноз развития малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации;

10) формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации и обеспечение ее деятельности;

11) методическое обеспечение органов местного самоуправления и содействие им в разработке и реализации мер по развитию малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований;

12) образование координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

2. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации могут передавать в установленном законом порядке отдельные полномочия по развитию субъектов малого и среднего предпринимательства органам местного самоуправления.

*Статья 11. Полномочия органов местного самоуправления по вопросам развития малого и среднего предпринимательства*

К полномочиям органов местного самоуправления по вопросам развития малого и среднего предпринимательства относится создание условий для развития малого и среднего предпринимательства, в том числе:

1) формирование и осуществление муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом национальных и местных социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей;

2) анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предпринимательства и эффективности применения мер по его развитию, прогноз развития малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований;

3) формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований и обеспечение ее деятельности;

4) содействие деятельности некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, и структурных подразделений указанных организаций;

5) образование координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства органами местного самоуправления.



*Статья 12.* Взаимодействие органов государственной власти в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации

Правительство Российской Федерации в пределах своих полномочий и в целях обеспечения сочетания интересов Российской Федерации и субъектов Российской Федерации в области развития малого и среднего предпринимательства координирует деятельность органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по реализации ими мероприятий федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

*Статья 13.* Координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства

1. В случае обращения некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, к руководителям федеральных органов исполнительной власти, наделенных отдельными полномочиями по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в пределах их компетенции, с предложением создать при данных органах координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства руководители данных федеральных органов государственной власти обязаны рассмотреть вопрос о создании таких координационных или совещательных органов. О принятом решении по указанному вопросу руководители федеральных органов исполнительной власти в течение месяца в письменной форме уведомляют такие некоммерческие организации.

2. В случае принятия решения о создании координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства при федеральных органах исполнительной власти руководители указанных органов обязаны обеспечить участие представителей некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, в работе координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства в количестве не менее двух третей от общего числа членов указанных координационных или совещательных органов.

3. Координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства создаются в целях:

1) привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к выработке и реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;

2) выдвижения и поддержки инициатив, имеющих общероссийское значение и направленных на реализацию государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства;

3) проведения общественной экспертизы проектов нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих развитие малого и среднего предпринимательства;

4) выработки рекомендаций органам исполнительной власти Российской Федерации, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления при определении приоритетов в области развития малого и среднего предпринимательства;

5) привлечения граждан, общественных объединений и представителей средств массовой информации к обсуждению вопросов, касающихся реализации права граждан на предпринимательскую деятельность, и выработки по данным вопросам рекомендаций.

4. Порядок создания координационных или совещательных органов в области развития малого и среднего предпринимательства органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления определяется нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления.

*Статья 14. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства органами государственной власти и органами местного самоуправления*

1. Основными принципами поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства являются:

1) заявительный порядок обращения субъектов малого и среднего предпринимательства за оказанием поддержки;

2) доступность инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства для всех субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) равный доступ субъектов малого и среднего предпринимательства, соответствующих критериям, предусмотренным федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, к участию в соответствующих программах;

4) оказание поддержки с соблюдением требований, установленных Федеральным законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;

5) открытость процедур оказания поддержки.

2. При обращении субъектов малого и среднего предпринимательства за оказанием поддержки субъекты малого и среднего предпринимательства должны представить документы, подтверждающие их соответствие условиям, установленным статьей 4 настоящего Федерального закона, и условиям, предусмотренным федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

3. Поддержка не может оказываться в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства:

1) являющихся кредитными организациями, страховыми организациями (за исключением потребительских кооперативов), инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, ломбардами;

2) являющихся участниками соглашений о разделе продукции;

3) осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса;

4) являющихся в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о валютном регулировании и валютном контроле, нерезидентами Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами Российской Федерации.

4. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, предусмотренная статьей 17 настоящего Федерального закона, не может оказываться субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим производство и реализацию подакцизных товаров, а также добычу и реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых.

5. В оказании поддержки должно быть отказано в случае, если:

1) не представлены документы, определенные соответствующими федеральными программами развития малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития малого и среднего предпринимательства, муниципальными программами развития

малого и среднего предпринимательства, или представлены недостоверные сведения и документы;

2) не выполнены условия оказания поддержки;

3) ранее в отношении заявителя – субъекта малого и среднего предпринимательства было принято решение об оказании аналогичной поддержки и сроки ее оказания не истекли;

4) с момента признания субъекта малого и среднего предпринимательства допустившим нарушение порядка и условий оказания поддержки, в том числе не обеспечившим целевого использования средств поддержки, прошло менее чем три года.

6. Сроки рассмотрения предусмотренных частью 2 настоящей статьи обращений субъектов малого и среднего предпринимательства устанавливаются соответственно федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Каждый субъект малого и среднего предпринимательства должен быть проинформирован о решении, принятом по такому обращению, в течение пяти дней со дня его принятия.

*Статья 15. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд при реализации федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства и оказания им поддержки.

2. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя также центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, фонды содействия кредитованию

(гарантийные фонды, фонды поручительств), акционерные инвестиционные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, агентства по поддержке экспорта товаров, лизинговые компании, консультационные центры и иные организации.

3. Требования к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаются в федеральных программах развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программах развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальных программах развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. Поддержкой организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, является деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, осуществляемая при реализации федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства и направленная на создание и обеспечение деятельности организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

*Статья 16. Формы, условия и порядок поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку таких субъектов и организаций, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, под-

держку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность.

2. Условия и порядок оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаются федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

3. Субъекты Российской Федерации вправе наряду с установленными частью 1 настоящей статьи формами поддержки самостоятельно оказывать иные формы поддержки за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации.

*Статья 17. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Оказание финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, может осуществляться в соответствии с законодательством Российской Федерации за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации, средств местных бюджетов путем предоставления субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

2. Средства федерального бюджета на государственную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе на ведение реестра субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки), предусмотренные федеральным законом о федеральном бюджете, предоставляются бюджетам субъектов Российской Федерации в виде субсидий в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

*Статья 18. Имущественная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Оказание имущественной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру

туру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляется органами государственной власти и органами местного самоуправления в виде передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструментов, на возмездной основе, безвозмездной основе или на льготных условиях. Указанное имущество должно использоваться по целевому назначению.

2. Запрещаются продажа переданного субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, имущества, переуступка прав пользования им, передача прав пользования им в залог и внесение прав пользования таким имуществом в уставный капитал любых других субъектов хозяйственной деятельности.

3. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, оказавшие имущественную поддержку в соответствии с частью 1 настоящей статьи, вправе обратиться в суд с требованием о прекращении прав владения и (или) пользования субъектами малого и среднего предпринимательства или организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, предоставленным таким субъектам и организациям государственным или муниципальным имуществом при его использовании не по целевому назначению и (или) с нарушением запретов, установленных частью 2 настоящей статьи.

4. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления вправе утверждать перечни государственного имущества и муниципального имущества, предназначенного для передачи во владение и (или) в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

5. В случае, если при федеральных органах исполнительной власти, органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органах местного самоуправления созданы координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпри-

нимательства, предусмотренная частью 1 настоящей статьи передача прав владения и (или) пользования имуществом осуществляется с участием этих координационных или совещательных органов.

*Статья 19. Информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства*

1. Оказание информационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляется органами государственной власти и органами местного самоуправления в виде создания федеральных, региональных и муниципальных информационных систем и информационно-телекоммуникационных сетей и обеспечения их функционирования в целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

2. Информационные системы и информационно-телекоммуникационные сети создаются в целях обеспечения субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, информацией:

1) о реализации федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства и муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

2) о количестве субъектов малого и среднего предпринимательства и об их классификации по видам экономической деятельности;

3) о числе замещенных рабочих мест в субъектах малого и среднего предпринимательства в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

4) об обороте товаров (работ, услуг), производимых субъектами малого и среднего предпринимательства, в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

5) о финансово-экономическом состоянии субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) об организациях, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

7) иного характера (экономической, правовой, статистической, производственно-технологической информацией, информацией в об-



ласти маркетинга, необходимой для развития субъектов малого и среднего предпринимательства).

3. Информация, указанная в части 2 настоящей статьи, является общедоступной и размещается в сети Интернет на официальных сайтах федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, наделенных отдельными полномочиями в области развития субъектов малого и среднего предпринимательства в пределах их компетенции.

*Статья 20. Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства*

Оказание консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих консультационные услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) компенсации затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами малого и среднего предпринимательства, на оплату консультационных услуг.

*Статья 21. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров*

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) разработки примерных образовательных программ, направленных на подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для субъектов малого и среднего предпринимательства, на основе государственных образовательных стандартов;

2) создания условий для повышения профессиональных знаний специалистов, относящихся к социально незащищенным группам населения, совершенствования их деловых качеств, подготовки их к выполнению новых трудовых функций в области малого и среднего предпринимательства;

3) учебно-методологической, научно-методической помощи субъектам малого и среднего предпринимательства.

*Статья 22. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства*

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе технопарков, центров коммерциализации технологий, технико-внедренческих и научно-производственных зон, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) содействия патентованию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и селекционных достижений, а также государственной регистрации иных результатов интеллектуальной деятельности, созданных субъектами малого и среднего предпринимательства;

3) создания условий для привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к заключению договоров субподряда в области инноваций и промышленного производства;

4) создания акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов.

*Статья 23. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности*

1. В целях оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, органы государственной власти субъектов Российской Федерации вправе разрабатывать и утверждать перечни видов ремесленной деятельности.

2. Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в области

ремесленной деятельности, в том числе палат ремесел, центров ремесел, и обеспечения их деятельности;

2) финансовой, имущественной, консультационной, информационной поддержки, поддержки в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность в области ремесленной деятельности.

*Статья 24.* Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность, органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) сотрудничества с международными организациями и иностранными государствами в области развития малого и среднего предпринимательства;

2) содействия в продвижении на рынки иностранных государств российских товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности, а также создания благоприятных условий для российских участников внешнеэкономической деятельности;

3) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность, и обеспечения деятельности таких организаций;

4) реализации иных мероприятий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

### Краткий терминологический словарь к главам 1–3

**Бизнес** – экономическая деятельность субъекта в условиях рыночной экономики, нацеленная на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуги.

**Бизнесмен** – человек, который занимается любым видом экономической деятельности, приносящей прибыль или иные выгоды, имея при этом необходимые средства (собственные или заемные).

**Деньги** – экономический инструмент, позволяющий соотнести разные по сути и функциональному назначению товары и предметы, выполняющий функции обращения, измерения стоимости, накопления, платежа и мировых денег.

**Доход** – разница между полученными благами в стоимостном выражении и необходимыми для их получения затратами в стоимостном выражении.

**Зона свободной торговли** (англ. free trade zone) – обособленная часть территории страны, рассматриваемая как находящаяся вне ее таможенной территории, в пределах которой поддерживается свободная от таможенных и количественных ограничений международная торговля промышленными товарами. Особое место среди зон свободной торговли занимают Европейский союз, Европейская ассоциация свободной торговли.

**Зона совместного предпринимательства** (англ. joint venture zone) – обособленная часть территории страны, рассматриваемая как находящаяся вне ее таможенной территории, на которой вводятся особые (льготные) таможенный, арендный, налоговый, валютный, визовый, трудовой и другие режимы, создающие благоприятные условия для иностранных капиталовложений и осуществления совместного предпринимательства на льготной налоговой и таможенной основе.

**Зона экономического благоприятствования** – часть территории страны, на которой в законодательном порядке созданы благоприятные условия для социально-экономического развития, активизации экономики, обеспечения экономического роста.

**Инвестиции** – способ использования капитала, вложение его с целью получения дохода.

**Инновации** – любой подход к конструированию, производству или сбыту продукции, в результате которого инноватор и его компа-

ния получают преимущества перед конкурентами. Этот термин содержит в себе синтез экономического и социального знания.

**Капитал** – один из факторов производства, представляющий собой ранее созданные материальные блага, используемые для создания нового продукта.

**Малые предприятия** – предприятия с небольшим количеством занятых, с небольшой выручкой, получаемой от реализации продукта, имеющие в уставном капитале не более 25 % государственной собственности.

**Маркетинг** – динамичная система, которая обеспечивает рыночную ориентацию производственной деятельности предприятия, позволяет сопоставить его производственно-сбытовые возможности с реальными запросами и потребностями рынка.

**Менеджмент** – искусство управлять интеллектуальными, финансовыми, сырьевыми, материальными ресурсами в целях наиболее эффективной производственной деятельности и увеличения прибыли.

**Новая экономическая политика** – политика, проводившаяся в СССР в 1921–1929 гг. В качестве приоритетов НЭПа были определены:

- замена продразверстки продналогом, что позволяло иметь излишек продуктов для продажи;
- введение свободной торговли;
- передача в частную собственность мелких и средних предприятий, производящих товары народного потребления;
- создание коммерческих банков для выдачи кредитов;
- образование концессий и совместных предприятий;
- финансовая реформа для стабилизации товарно-денежных отношений (увеличение товарооборота, сокращение бюджетного дефицита, развитие налоговой системы).

**Основной капитал** – совокупность реального капитала (здания, машины, оборудование) и нематериальных активов (документы на право использования интеллектуальной собственности).

**Предприятие** – самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

**Рентабельность** – показатель эффективности деятельности предприятия, характеризующий уровень отдачи от затрат и степень ис-

пользования средств. Рентабельность – отношение прибыли к затратам. Различают рентабельность производства, рентабельность продукции, рентабельность инвестиций.

**Рентабельность инвестиций** – показатель эффективности инвестиций; чистая прибыль, деленная на объем инвестиций. Иногда рентабельность инвестиций определяется как отношение чистой прибыли к сумме акционерного капитала и долгосрочного долга.

**Рентабельность продукции** – отношение прибыли от реализации продукции к затратам, понесенным на ее производство и распределение.

**Рентабельность производства** – экономический показатель эффективности производства, измеряемый отношением балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Рентабельность производства характеризует эффективность использования предприятием производственных ресурсов.

**Риск** – неопределенность наступления различных событий (невозможность сформировать устойчивые ожидания).

**Рынок** – механизм взаимодействия покупателя и производителя, который позволяет им идентифицировать друг друга и осуществить взаимовыгодный обмен.

**Франчайзинг** – система, а также способ организации и развития бизнеса, при котором одна компания (франчайзер) передает другим независимым компаниям или индивидуальным предпринимателям (франчайзи) право вести бизнес, используя имя (бренд), бизнес-систему франчайзера и реализуя единый с франчайзером товар/услугу идентичными способами.

**Цена** – денежное выражение стоимости товара или услуг, сформированное путем согласования спроса и предложения.

**Экономическая деятельность** – сочетание действий, приводящих к получению определенного перечня продукции на основе объединения ресурсов.

**Эффективность в производстве** – ситуация, в которой при данном уровне знаний и данном количестве производственных ресурсов невозможно произвести большее количество данного товара, не жертвуя при этом возможностью произвести некоторое количество другого товара.

## Краткий терминологический словарь к главе 4

**Гендерная идентичность** (половая идентичность) – осознанная половая принадлежность индивида, с которой соотносятся прочие свойства его самосознания.

**Государственный образовательный стандарт профессионального образования** (федеральный компонент) – инструмент, с помощью которого на государственном уровне осуществляется управление качеством профессионального образования; обеспечиваются гарантии членам общества, их конкурентоспособность на отечественном и мировых рынках, с одной стороны, и удовлетворение профессиональных потребностей – с другой; создаются основы для разработки вариативных профессиональных образовательных программ, комплексов методического обеспечения образовательного процесса, организации аттестации образовательных учреждений и т. д., а также условия функционирования в России системы непрерывного образования.

**Жизненная организация личности** (по У. Томасу и Ф. Знанецкому) – структура установок и ценностных ориентаций личности, обобщающая социальный опыт индивида и находящая свое выражение в присущей ему Я-концепции.

**Жизненное самоопределение** – определение себя относительно общечеловеческих критериев смысла жизни и реализация себя на основе этого самоопределения.

**Знания** – совокупность проверенной практикой, логически упорядоченной информации, полученной в результате обучения и познания действительности и достоверно отражаемой в мышлении человека в виде понятий, суждений, умозаключений, теорий.

**Идентичность** – свойство индивида оставаться самим собой в изменяющихся социальных ситуациях. Идентичность является результатом осознания индивидом самого себя в качестве человеческой личности, отличающейся от других.

**Компетентность профессиональная** – совокупность представлений о квалификации (знания, умения, профессиональные навыки, опыт деятельности) и освоенных социально-коммуникативных и ин-

дивидуальных способностей, обеспечивающая самостоятельность профессиональной деятельности.

**Компетенции личностного самосовершенствования** – компетенции, направленные на освоение способов физического, духовного и интеллектуального саморазвития, эмоциональной саморегуляции и самоподдержки. Реальным объектом в сфере данных компетенций выступает сам человек. Он овладевает способами деятельности в собственных интересах и исходя из своих возможностей, что выражается в его непрерывном самопознании, развитии необходимых современному человеку личностных качеств, формировании психологической грамотности, культуры мышления и поведения. К данным компетенциям относятся правила личной гигиены, забота о собственном здоровье, половая грамотность, внутренняя экологическая культура. Сюда же входит комплекс качеств, связанных с основами безопасной жизнедеятельности личности.

**Компетенция** – совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности, связанной с ними. Слово «компетенция» (лат. *competentia*) означает круг вопросов, в которых человек хорошо осведомлен, обладает познаниями и опытом. Компетентный в определенной области человек имеет соответствующие знания и способности, позволяющие ему обоснованно судить об этой области и эффективно действовать в ней.

**Компетенция образовательная** – совокупность смысловых ориентаций, знаний, умений, навыков и опыта деятельности обучающегося по отношению к определенному кругу объектов реальной действительности, необходимых для осуществления личностно и социально значимой продуктивной деятельности. В соответствии с разделением содержания образования на общее метапредметное (для всех предметов), межпредметное (для цикла предметов или образовательных областей) и предметное (для каждого учебного предмета) выделяют трехуровневую иерархию компетенций:

- ключевые компетенции, относящиеся к общему (метапредметному) содержанию образования;
- общепредметные компетенции, относящиеся к определенному кругу учебных предметов и образовательных областей;



• предметные компетенции – частные по отношению к двум предыдущим уровням компетенции, имеющие конкретное описание и возможность формирования в рамках учебных предметов.

**Личностное самоопределение** – определение себя относительно выработанных в обществе и осознанно принятых человеком критериев становления личности и дальнейшая реализация себя на основе этих критериев. На основе личностного самоопределения складываются требования к профессии.

**Методы обучения** – способы взаимодействия педагога и обучаемых, направленные на достижение учебных целей, обеспечивающие усвоение содержания образования.

**Менталитет** (от лат. mentalis – умственный) – уникальный склад различных человеческих психических свойств и качеств, а также особенностей их проявлений. Менталитет определяет унаследованную и жизненную позицию.

**Ментальность** – совокупность этнокультурных, общественных навыков и духовных установок, стереотипов.

**Ментальный возраст** – определяемый при помощи тестов уровень интеллектуального развития индивида.

**Ментальный конфликт** (в социальной психологии) – душевный конфликт, характеризующийся состоянием фрустрации и нерешительностью, являющийся следствием неспособности индивида к действию из-за боязни усилить неблагоприятные последствия (когда все возможные альтернативы равно нежелательны). В основе ментального конфликта лежит несогласованность ролевых ожиданий и ценностей, значительно возрастающая в периоды резких социальных изменений.

**Мировоззрение** – система взглядов на мир и место в нем человека, отношение человека к окружающей его действительности и к самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их идеалы, убеждения, принципы, ценностные ориентации.

**Образование** – целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов), что подтверждается соответствующим документом.

**Обучение** – двухсторонний процесс передачи и усвоения знаний, навыков, умений и способов профессиональной деятельности работников, в котором участвуют как преподаватель (инструктор), так и обучаемый и в процессе которого реализуются цели, направленные на обеспечение определенного профессионального и общеобразовательного уровня работника.

**Оптимизация** – выбор наилучшего (оптимального) варианта из множества возможных, обеспечивающих повышение эффективности процесса управления.

**Организация профессионального обучения** – процесс, включающий в себя координацию, планирование, привлечение различного рода ресурсов, оценку, учет и документирование работ, связанных с профессиональным обучением персонала организации.

**Оценка обучения** – систематический сбор и интерпретация данных, являющиеся частью процесса формирования мнения об обучении с целью осуществления дальнейших действий; основывается на показателях выполнения работы, дополняется информацией и установлением обратной связи с обучающимися, инструкторами и руководителями.

**Профессиональное самоопределение** – определение себя относительно выработанных в обществе и осознанно принятых человеком критериев профессионализма. Профессиональное самоопределение – процесс формирования личностью своего отношения к профессионально-трудовой среде и способ ее самореализации. Профессиональное самоопределение предполагает выбор карьеры, сферы приложения сил и личностных возможностей.

**Психодинамика** (от гр. *psyche* – душа, *dynamis* – сила) – направление в психологии, изучающее закономерности ментальной деятельности индивида.

**Самоопределение личности** – сознательный акт выявления и утверждения собственной позиции в проблемных ситуациях.

**Самоотчуждение** (по Гегелю) – способность индивида в определенном смысле к освобождению от своих желаний, в результате чего он достигает более высокой степени осознания собственного Я.

**Самооценка** – оценка человеком самого себя, своих качеств, возможностей, способностей, своего места среди других людей. Самооценка влияет на эффективность деятельности человека и дальнейшее развитие его личности.

**Самосознание** – осознание и оценка человеком самого себя как личности, своего нравственного облика и интересов, ценностей и мотивов поведения.

**Самость** – набор представлений, которыми человек пользуется для определения самого себя. Различают индивидуальное Я (биологическое, физическое, физиологическое, психологическое) и социальное Я.

**Социальное самоопределение** – определение себя относительно выработанных в обществе и осознанно принятых человеком критериев принадлежности к определенной сфере общественных отношений и определенному социальному кругу.

**Цели обучения (учебные цели)** – заранее планируемый результат учебной деятельности, достигаемый с помощью набора приемов, методов и средств обучения, который должен быть продемонстрирован обучаемым по завершении программы подготовки, ее раздела, темы, урока.

**Эго-состояние** – способ существования Я-субъекта. В теории различают три основных эго-состояния: «родитель», «взрослый», «ребенок». Основным положением теории эго-состояний является тезис о переходе активности от одного эго-состояния к другому. В поведении и переживаниях индивида могут одновременно проявляться более одного эго-состояния.

**Я-концепция** – целостное представление человека о себе как о личности, биологическом организме, члене общества, работнике, профессионале и т. д. Я-концепция выступает как установка по отношению к самому себе и включает следующие компоненты: когнитивный – образ своих качеств, способностей, внешности, социальной значимости и т. д. (самосознание); эмоциональный – самоуважение, себялюбие, самоуничижение и т. д.; оценочно-волевой – стремление повысить самооценку, завоевать уважение.

Научное издание

*Пачиков* Виталий Иванович

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
В РОССИИ КАК ЕДИНСТВО  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ  
И ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

Монография

Редактор Е. А. Ушакова  
Компьютерная верстка Н. А. Ушениной

Печатается по постановлению  
редакционно-издательского совета университета

Подписано в печать 24.06.11. Формат 60×84/16. Бумага для множ. аппаратов.  
Печать плоская. Усл. печ. л. 10,4. Уч.-изд. л. 10,7. Тираж 500 экз. Заказ № 489.  
Издательство Российского государственного профессионально-педагогичес-  
кого университета. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

---

Отпечатано ООО "ТРИКС"  
Свердловская обл., г. Верхняя Пышма, ул. Феофанова, 4  
[www.printvp.ru](http://www.printvp.ru)